

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

SILVANA FERREIRA COSTA

**ESTUDO DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS
DA CIDASC COM OS PRODUTORES RURAIS DA REGIÃO DE
JAGUARUNA**

CRICIÚMA, DEZEMBRO DE 2010

SILVANA FERREIRA COSTA

**ESTUDO DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS
DA CIDASC COM OS PRODUTORES RURAIS DA REGIÃO DE
JAGUARUNA**

Relatório de Estágio, apresentado na disciplina de Estágio Supervisionado III, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Esp. João Francisco Marques Monteiro.

CRICIÚMA, DEZEMBRO DE 2010

SILVANA FERREIRA COSTA

**ESTUDO DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS
DA CIDASC COM OS PRODUTORES RURAIS DA REGIÃO DE
JAGUARUNA**

Relatório de Estágio aprovado pela Banca Examinadora
para obtenção do Grau de Bacharel, no Curso de
Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul
Catarinense – UNESC.

Criciúma, 02 de dezembro de 2010

BANCA EXAMINADORA

Prof. Esp. João Francisco Marques Monteiro – (UNESC) - Orientador

Prof. Msc. Marcelo Pastafíglia – (UNESC)

Prof. Msc. Soraia Regina Napolini Coral – (UNESC)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, por me dar forças para seguir em frente e não desistir.

Aos professores do curso, em especial ao meu orientador João, por sua dedicação e paciência.

Aos colegas de trabalho, em especial à Doutora Renata, por sua generosidade em ajudar sempre que foi preciso.

Aos colegas da universidade, aos amigos que me rodeiam e a todas as pessoas que contribuíram para a realização desse trabalho.

“A melhor maneira de nos prepararmos para o futuro é concentrar toda a imaginação e entusiasmo na execução perfeita do trabalho de hoje.”

Dale Carnegie

RESUMO

COSTA, Silvana Ferreira. **Estudo do processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna**. 2010. 75 p. Relatório de Estágio do Curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

A comunicação é um fator essencial nas organizações, pois constitui-se num item imprescindível para a divulgação e a compreensão da função de uma empresa na sociedade. Dessa forma, é de extrema importância que as informações sejam sempre repassadas de forma clara e objetiva para que não haja distorções na mensagem. Ao se estabelecer uma comunicação eficiente criam-se melhores condições para superar barreiras e atingir objetivos. Diante disso, observou-se a necessidade de se realizar um estudo do processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna, com o intuito de solucionar a seguinte proposição: o que pode ser aplicado para melhorar o processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna? A metodologia utilizada constitui-se de pesquisa bibliográfica, de pesquisa descritiva, de pesquisa de campo e de pesquisa qualitativa e quantitativa. Os dados foram obtidos através de um questionário com 11 perguntas fechadas e de múltipla escolha. A pesquisa foi aplicada com 80 produtores da região de Jaguaruna, o que representa 10% da população de produtores desse município. Com base nos dados obtidos nesta pesquisa, observou-se um considerável grau de satisfação por parte dos consultados (77% acham as orientações que os funcionários da CIDASC repassam, claras e fáceis de se entenderem; 74% consideram a Defesa Sanitária Animal importantíssima, etc). Entretanto é necessário que, em consonância com os indicadores negativos detectados, sejam tomadas medidas eficazes para que os índices de falhas e de reclamações sejam continuamente reduzidos.

Palavras-chave: Comunicação; organização; funcionários; produtores rurais.

ABSTRACT

COSTA, Silvana Ferreira. **Study of the communication process of the CIDASC's employees with farmers in the Jaguaruna region.** 2010. 75 p. Stage Report of the Executive Secretariat Course of Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

Communication is a key factor in organizations, being an indispensable subject to dissemination and understanding the role of any company in the society. In fact, it is extremely important that information can always be transmitted clearly and objectively, so to avoid messages distortions. When establishing efficient communication, better conditions are created to overcome barriers and achieve goals. Therefore, there was a need to conduct a study of the communicating process between Cidasc's employees and farmers from Jaguaruna's region, to solve the follow proposition: what could be applied to improve the communication process between the company's employees and rural producers from Jaguaruna? The used methodologies were bibliographyc and descriptive researches, field research, qualitative and quantitative researches. Data were obtained through 11 (eleven) close and multiple choice questions. This research was applied to 80 (eighty) farmers in Jaguaruna's region, which represents 10% of rural producers population from this town. Based on obtained data in this study, there is a considerable satisfaction degree from interviewees (77% consider clear and easy to understand the information received from Cidasc's employees; 74% consider Animal Health Service very important). However, in accordance with negative index detected, it must be taken some effective measures, so that failures and complains can be continuously reduced.

Key words: communication; organization; employees; farmers.

RESUMEN

COSTA, Silvana Ferreira. **Estudio del proceso de comunicación de los funcionarios de la CIDASC con los productores rurales de la región de Jaguaruna.** 2010. 75 p. Informe de Pasantía del Curso de Secretariado Ejecutivo de la Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

La comunicación es un factor esencial en las organizaciones, pues se constituye en un ítem imprescindible para la divulgación y la comprensión de la función de una empresa en la sociedad. De esa forma, es de extrema importancia que las informaciones sean siempre repasadas de forma clara y objetiva para que no haya distorsiones en el mensaje. Al establecer una comunicación eficiente se crean mejores condiciones para superar barreras y alcanzar objetivos. Enfrente de eso, se observó la necesidad de realizar un estudio del proceso de comunicación de los funcionarios de la CIDASC con los productores rurales de la región de Jaguaruna, con intuito de solucionar la siguiente proposición: lo que puede ser aplicado para mejorar el proceso de comunicación de los funcionarios de la CIDASC con los productores rurales de la región de Jaguaruna? La metodología utilizada se constituye de pesquisa bibliográfica, de pesquisa descriptiva, de pesquisa de campo y de pesquisa cualitativa y quantitativa. Los datos fueran obtenidos a través de un cuestionario con 11 perguntas cerradas y de múltipla elección. La pesquisa fue aplicada en 80 productores de la región de Jaguaruna, lo que representa 10% de la población de productores de ese municipio. Con base en los datos obtenidos en esta pesquisa, se observó un considerable grado de satisfacción por parte de los entrevistados (77% creen que las orientaciones que los funcionarios de la CIDASC repasan, sean claras y fáciles de entender; 74% consideran la Defensa Sanitaria Animal importantísima, etc). Entretanto es necesario que, en consonancia con los indicadores negativos detectados, sean tomadas medidas eficaces para que los índices de fallas y de reclamaciones sean continuamente reducidos.

Palabras clave: Comunicación; organización; funcionarios; productores rurales.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- O processo de comunicação.....	18
Figura 2- Os três tipos de barreiras à comunicação	19
Figura 3- Foto do escritório da CIDASC de Jaguaruna	42
Figura 4- Sexo	45
Figura 5- Faixa etária.....	46
Figura 6- Grau de escolaridade	47
Figura 7- Quais dos itens seguintes representam o que você entende por Defesa Sanitária Animal?	48
Figura 8- Como você avalia a importância da Defesa Sanitária Animal no Estado?	50
Figura 9- Através de qual método você acha mais fácil entender as orientações repassadas pelos funcionários da CIDASC de Jaguaruna?.....	51
Figura 10- Com que frequência você recorre à CIDASC para buscar informações e orientações?.....	53
Figura 11- Você classifica a forma dos funcionários passarem orientações como:..	54
Figura 12- Na sua opinião, qual é o nível de preparação do (s) funcionário (s) da CIDASC para o repasse de informações?	55
Figura 13- Na sua opinião, por qual (is) motivo (s), alguns produtores ainda deixam de cumprir e aceitar orientações da CIDASC?.....	56
Figura 14- Para que a relação da CIDASC com o produtor seja cada vez melhor, é preciso que haja mais:.....	58
Quadro 1- Qualidades que um líder deve ter	22
Quadro 2- Roteiro de trabalho.....	28
Quadro 3- Fonte de resistência individual a mudanças.....	32
Quadro 4- Modelo de mudança de três etapas de Lewin	33

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Sexo	45
Tabela 2- Faixa etária	46
Tabela 3- Grau de escolaridade.....	47
Tabela 4: Quais dos itens seguintes representam o que você entende por Defesa Sanitária Animal?.....	48
Tabela 5- Como você avalia a importância da Defesa Sanitária Animal no Estado?	50
Tabela 6- Através de qual método você acha mais fácil entender as orientações repassadas pelos funcionários da CIDASC de Jaguaruna?.....	51
Tabela 7- Com que frequência você recorre à CIDASC para buscar informações e orientações?.....	53
Tabela 8- Você classifica a forma dos funcionários passarem orientações como: ...	54
Tabela 9- Na sua opinião, qual é o nível de preparação do (s) funcionário (s) da CIDASC para o repasse de informações?....	55
Tabela 10- Na sua opinião, por qual (is) motivo (s), alguns produtores ainda deixam de cumprir e aceitar orientações da CIDASC?.....	56
Tabela 11- Para que a relação da CIDASC com o produtor seja cada vez melhor, é preciso que haja mais:.....	58

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CIDASC - Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina

EPAGRI- Empresa Pesquisa Agropecuária Extensão Rural de Santa Catarina

ERUSC - Eletrificação Rural de Santa Catarina S/A

GTA - Guia de Trânsito Animal

ICEPA- Instituto de Planejamento em Economia Agrícola de Santa Catarina

OIE- Organização Mundial de Saúde Animal

PIB - Projeto de Identificação de Bovinos e Bubalinos

REFLORESC - Reflorestadora Santa Catarina S.A.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 TÍTULO.....	13
1.2 SITUAÇÃO PROBLEMA	13
1.3 OBJETIVOS	13
1.3.1 Objetivo geral.....	13
1.3.2 Objetivos específicos.....	14
1.4 JUSTIFICATIVA.....	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 COMUNICAÇÃO.....	16
2.1.1 Processo de comunicação	17
2.1.2 Barreiras à comunicação	19
2.1.3 Comunicação eficaz	21
2.2 LIDERANÇA	21
2.2.1 Tipos de liderança	23
2.2.2 A importância da liderança nas reuniões de trabalho	24
2.3 ATENDIMENTO.....	26
2.3.1 Atendimento ao público nas organizações.....	26
2.4 GERENCIANDO A MUDANÇA	30
2.4.1 Resistência à mudança	31
2.5 CONFLITO	33
2.5.1 Administração de conflitos.....	34
2.5.2 Negociação.....	35
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	37
3.1 TIPOS DE PESQUISA.....	37
3.1.1 Pesquisa bibliográfica.....	38
3.1.2 Pesquisa descritiva.....	38
3.1.3 Pesquisa de campo	38
3.1.4 Pesquisa qualitativa e quantitativa	38
3.2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	39
3.2.1 Histórico	39
3.2.2 Missão.....	40
3.2.3 Visão	40
3.2.4 Ações desenvolvidas	41
3.2.5 CÍDASC de Jaguaruna	42
3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA	43
3.4 FORMA DE COLETA DE DADOS	43
3.5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	43
4 EXPERIÊNCIA DA PESQUISA	45
4.1 ANÁLISE GERAL DA PESQUISA	60
5 CONCLUSÃO	64
REFERÊNCIAS.....	66
APÊNDICE.....	69
ANEXO.....	74

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é uma das ferramentas mais utilizadas pelas organizações para se chegar ao objetivo pretendido. Devido a isso, é de suma importância que a instituição avalie a maneira como ela está circulando nas relações de trabalho.

A meta principal deste estudo é analisar se a comunicação utilizada pelos funcionários da CIDASC (Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina), que atuam na área de defesa sanitária animal, é feita de maneira eficaz em relação aos produtores rurais, atingindo assim o objetivo dessa instituição, de manter a saúde pública e a sanidade dos rebanhos do Estado.

Tanto os funcionários da empresa quanto os produtores possuem culturas, crenças, diferentes maneiras de pensar e de agir e graus de escolaridade distintos. Apesar dessas diferenças, é preciso que as partes envolvidas nas relações de trabalho cheguem a um entendimento no que diz respeito às atividades a serem desenvolvidas.

O presente estudo tem como prioridade a comunicação, fator essencial de uma organização. Existindo uma boa comunicação entre funcionários e produtores, haverá mais qualidade nos serviços prestados pelo órgão fiscalizador, o que pode proporcionar a satisfação do produtor, e, conseqüentemente, uma maior disposição para o cumprimento do que está determinado pelas legislações estaduais e federais, bem como maior facilidade na execução das diretrizes da Defesa Sanitária. Este trabalho busca estimular novos estudos sobre esse tema e colaborar para que as instituições se preocupem cada vez mais com o processo de comunicação.

Na região de Jaguaruna, existem aproximadamente 800 produtores rurais, sendo que será utilizada uma amostra de 10% dessa população para a aplicação da pesquisa. Os aspectos serão analisados em questionário fechado, em conformidade com as atividades desempenhadas pelo produtor, e será utilizada uma linguagem comum a técnicos e a auxiliares da empresa.

A estrutura deste estudo está dividida em cinco capítulos; o primeiro apresenta o título, a situação problema, os objetivos (geral e específicos) e a justificativa; no segundo capítulo é abordada a fundamentação teórica que se baseia na pesquisa bibliográfica dos conteúdos referentes ao tema dessa pesquisa; no

terceiro capítulo é apresentada a metodologia utilizada para a realização deste estudo; o quarto capítulo traz a exposição da experiência da pesquisa através dos dados coletados, por meio de tabulações, gráficos e análises; o quinto capítulo apresenta a conclusão.

Esse trabalho visa principalmente propiciar à CIDASC a identificação de formas eficazes para se relacionar com os produtores rurais, por meio de métodos específicos de comunicação.

1.1 Título

Estudo do processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna.

1.2 Situação problema

A comunicação é um fator essencial para que as ações desenvolvidas pela CIDASC cheguem ao seu objetivo final, que é promover a saúde familiar e pública e impedir a disseminação de enfermidades que podem gerar consequências graves ao sistema agro produtivo catarinense; porém essa instituição enfrenta dificuldades para desenvolver suas ações de maneira correta e eficaz. A informação é repassada pelos funcionários, mas muitas vezes o produtor não segue as orientações, por isso é necessário um esforço coletivo para que os objetivos de ambos sejam alcançados.

Com enfoque nessas observações, busca-se solucionar a seguinte proposição: o que pode ser aplicado para melhorar o processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Realizar um estudo do processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna.

1.3.2 Objetivos específicos

- ✓ Conhecer os problemas enfrentados no processo de comunicação;
- ✓ Identificar o(s) processo(s) de comunicação adequado(s);
- ✓ Analisar as concepções do produtor rural referente às medidas que são tomadas, com o intuito de identificar as melhores formas de abordagem;
- ✓ Apresentar sugestões à empresa quanto à forma de se relacionar com o produtor;

1.4 Justificativa

Para conter a disseminação de doenças é importante ter uma comunicação efetiva sobre a sanidade animal, com informações corretas e precisas. Dessa forma se torna mais fácil o produtor colocar em prática aquilo que lhe é repassado.

Quando o produtor não segue as orientações repassadas e se desenvolve um foco de doença no município, aquele fica sujeito a severas perdas econômicas devido à redução da produção e à desvalorização dos produtos de origem animal; isso sem contar os custos enormes durante uma emergência sanitária, já que nesses casos a localidade é impedida de escoar seus produtos agrícolas, os animais são sacrificados, as escolas são paralisadas e muitas vezes, na área de foco, as pessoas são impedidas de sair de suas propriedades.

Durante os seis últimos anos em que a pesquisadora trabalhou na CIDASC, observou que os funcionários dessa instituição têm enfrentado algumas dificuldades na comunicação com os produtores rurais nos serviços prestados pelo órgão. Diante disso, é oportuno investigar o processo de comunicação, visto que esse é um dos principais entraves para as organizações. Dessa forma busca-se conhecer os problemas enfrentados nesse processo para que se encontrem possíveis soluções para eles.

Considera-se que o presente estudo seja relevante para a organização, pois, com base nos resultados obtidos, a empresa terá indicadores mais confiáveis para a administração do problema que vem ocorrendo; os produtores também devem ser beneficiados, pois através dos resultados obtidos neste estudo poderá ser feito um aperfeiçoamento do trâmite de informações, o que garantirá uma

comunicação clara e objetiva com a CIDASC.

Um dos aspectos facilitadores para a realização da pesquisa é o fato de a acadêmica fazer parte do corpo de funcionários da CIDASC de Jaguaruna e conviver com a problemática diariamente, tendo livre acesso a todos os dados e informações necessárias à pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica tem a finalidade de dar credibilidade e qualidade ao trabalho e à pesquisa. Para melhor entendimento do assunto, serão abordados conteúdos referentes ao processo de comunicação.

2.1 Comunicação

Para Chiavenato (2004), as pessoas não vivem isoladas. Elas vivem num ambiente de interação constante e se relacionam por meio da comunicação.

A comunicação é a transferência de informação e significado de uma pessoa para outra. É o processo de passar informação e compreensão de uma pessoa para outra. É maneira de se relacionar com outras pessoas através de ideias, fatos, pensamentos e valores. A comunicação é o ponto que liga as pessoas para que compartilhem sentimentos e conhecimentos. (CHIAVENATO, 2004, p. 75)

De acordo com Gil (2001), a comunicação é essencial para o ser humano, porém boa parte das pessoas não sabe se comunicar e aquelas que se expressam bem acreditam que são bons comunicadores. Em decorrência disso, deve-se lembrar que existe diferença entre informar e comunicar.

“Informar é um ato unilateral que envolve a pessoa que tem uma informação a dar. Já comunicar implica tornar algo comum, fazer-se entender, provocar reações no interlocutor” (GIL, 2001, p. 71). Sendo assim, o comunicador deve saber falar, mas também deve saber ouvir.

De acordo com Davis e Newstrom (2004), a comunicação é fundamental em uma organização, uma vez que sem ela é muito difícil manter a coordenação e a cooperação nos trabalhos, pois as pessoas não conseguem demonstrar umas às outras suas dificuldades e suas realizações.

Quando a comunicação é eficaz, ela tende a incentivar melhor desempenho e satisfação no trabalho. As pessoas compreendem melhor suas tarefas, sentindo-se mais envolvidas com elas. Em alguns casos, elas até sacrificam alguns privilégios adquiridos ao longo do tempo, porque compreendem que o sacrifício é necessário. (DAVIS e NEWSTROM, 2004, p. 5)

De acordo com o autor, quando os empregados estão por dentro dos

problemas enfrentados pela empresa geralmente aceitam as determinações da gerência de maneira positiva. Isso ocorre quando se utiliza a comunicação aberta.

A comunicação é um dos fatores que colabora para que as organizações caminhem para o sucesso, aumentando a chance de se obterem os resultados desejados (SUASSUNA e FARIA, 1982).

2.1.1 Processo de comunicação

Para Robbins (2004), a comunicação envolve no mínimo duas pessoas: um emissor e um receptor. O receptor desempenha o papel mais importante, pois quando se emite a mensagem é necessário que se tenha alguém para recebê-la.

Segundo Drucker (2002, p. 492):

Quem comunica é o receptor. O chamado comunicador, a pessoa que emite a comunicação, não comunica. Apenas se exprime audivelmente. Se não houver quem ouça não há comunicação: só há ruídos. O comunicador fala, escreve ou canta – mas não se comunica. Em verdade, ele não pode comunicar-se. Só pode tornar possível (ou impossível) a um receptor – melhor seria dizer “perceptor” – perceber sua emissão.

Dessa forma “o processo de comunicação são os passos, entre uma fonte e um receptor, que resultam na transferência e compreensão de um significado” (ROBBINS, 2002, p. 277).

Segundo Berlo (1963 *apud* GIL 2001), a comunicação passa pelo seguinte processo: emissor, codificador, mensagem, canal, decodificador e receptor. De acordo com esse processo, o emissor é aquele que transmite as idéias; o codificador é o próprio emissor que repassa a idéia codificada em código; a mensagem é a idéia que se quer transmitir, a qual pode ser expressa através da fala e da escrita; o canal é o veículo pelo qual a mensagem é conduzida, e ele pode ser o telefone, e-mail; o decodificar é quem traduz a mensagem; o receptor é a pessoa a quem a mensagem está destinada, ou seja, quem recebe a mensagem.

Para que esse processo fique mais claro acrescenta-se o significado, a compreensão e a realimentação. O significado tem relação com a idéia que será repassada pelo emissor, a compreensão é a interpretação da mensagem e a realimentação é a resposta do receptor a mensagem do emissor (GIL, 2001).

Esse processo de comunicação é mostrado na figura 1:

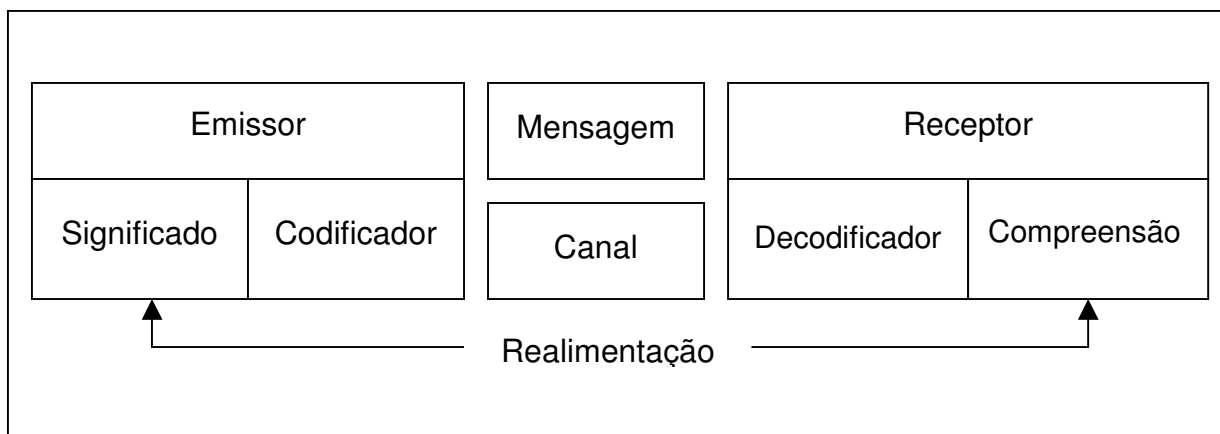


Figura 1: O processo de comunicação

Fonte: Gil (2001, p. 73)

Conforme Robbins (2004) além do emissor, do codificador, da mensagem, do canal, do decodificador e do receptor, o *feedback* também faz parte do processo de comunicação. Ele é o retorno a quem repassou a mensagem, mostrando se houve ou não compreensão do assunto, sendo assim, é o elo final do processo.

Para um melhor entendimento do processo de comunicação é necessário saber quais as formas de comunicação. Conforme Fernandes (2006) se pode destacar:

- ✓ **Comunicação verbal:** Esse tipo de comunicação é exposta através da fala e da escrita.
- ✓ **Comunicação não-verbal:** Na comunicação não-verbal não são utilizadas nem a fala nem a escrita. A comunicação é feita através da linguagem corporal.
- ✓ **Comunicação interpessoal:** “A comunicação interpessoal é um método de comunicação que promove a troca de informações entre duas ou mais pessoas” (FERNANDES, 2006, p. 65). Nesse estilo de comunicação é preciso ter cautela e preocupação na hora de transmitir a mensagem, para que se chegue ao objetivo.
- ✓ **Comunicação visual:** Qualquer meio de comunicação exposto através de imagens, desenhos, gráficos é considerado comunicação visual.
- ✓ **Comunicação audiovisual:** Esse tipo de comunicação é exposto através de componentes visuais e sonoros.

A partir do exposto, percebe-se que a comunicação não é somente o ato de transmitir a mensagem. Ela necessita de que o interlocutor entenda a ideia. Dessa forma uma comunicação eficaz ocorre quando a mensagem do emissor concorda com a do receptor (GIL, 2001).

2.1.2 Barreiras à comunicação

De acordo com Davis e Newstrom (2004), quando o receptor recebe a mensagem e tenta compreendê-la, existem várias intervenções que podem restringir essa compreensão. Esses obstáculos são chamados de barreiras à comunicação, que são classificadas como: barreira pessoal, barreira física e barreira semântica:

- ✓ **Barreiras pessoais:** São intervenções que se manifestam através das emoções humanas. Os sentimentos pessoais podem restringir a comunicação com os outros e isso pode ocorrer tanto no trabalho como na vida pessoal.
- ✓ **Barreiras físicas:** Dão-se no ambiente em que a informação é repassada. Um exemplo desse tipo de barreira “é um barulho repentino que abafa a voz do locutor” (DAVIS e NEWSTROM, 2004, p. 10).
- ✓ **Barreiras semânticas:** Manifestam-se por meio da restrição de símbolos com os quais nos comunicamos. Eles podem ter uma diversidade de significados e temos que optar por um deles. Às vezes optamos pelo errado e, dessa forma, pode ocorrer um mal-entendido. Muitas vezes interpretamos símbolos por meio de hipóteses, gerando conclusões que podem conter erros. Por isso, a partir do momento em que vão surgindo incertezas, é preciso que se busquem mais informações.

Para melhor compreensão da classificação das barreiras à comunicação, segue a figura 2:

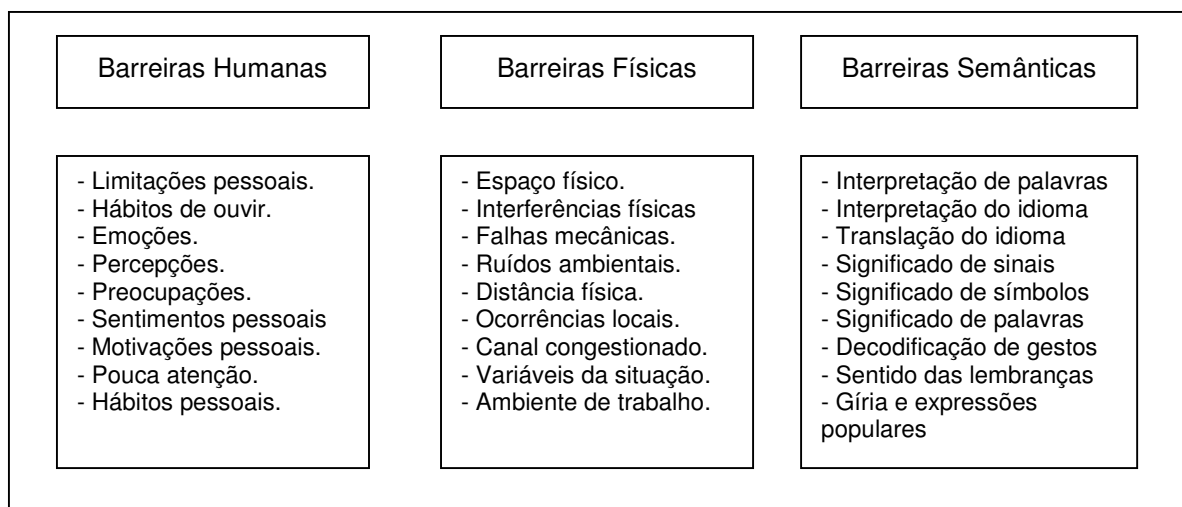


Figura 2: Os três tipos de barreiras à comunicação

Fonte: Chiavenato (2005, p. 328)

Gil (2001) destaca que existem barreiras decorrentes do emissor e do receptor. A seguir, algumas delas:

- **Barreiras decorrentes do emissor:**

- ✓ **Falta de clareza nas idéias:** Há situações em que um enunciador apenas possui uma superficial noção daquilo que se quer comunicar; em vez de o emissor aprimorar a mensagem, ele a passa assim mesmo. Dessa forma, é comum que o interlocutor não entenda o que lhe foi transmitido. O emissor deve sempre saber exatamente do que trata a mensagem que vai transmitir, pois dessa forma se torna mais fácil repassá-la com clareza.
- ✓ **Bloqueio emocional:** O estado emocional ou mesmo o assunto a ser discutido podem fazer com que as pessoas fiquem reprimidas, prejudicando a comunicação.
- ✓ **Hábitos de locução:** A comunicação também pode ser prejudicada por motivo de desatenção ou irritação, isso geralmente acontece quando o emissor usa muitas palavras rebuscadas ou incomuns e quando torna a repeti-las.

- **Barreiras decorrentes do receptor:**

- ✓ **Desinteresse:** “Os assuntos abordados nas conversas nem sempre são interessantes para as pessoas” (GIL, 2001, p. 76). Sendo assim, observa-se que as pessoas não costumam prestar atenção e, mesmo que ouçam a mensagem, não irão entendê-la.
- ✓ **Crenças e atitudes:** As pessoas costumam ter opiniões consolidadas sobre variados assuntos. Dessa forma, acabam muitas vezes se envolvendo em discussões por defenderem determinado tipo de conduta.

Quando crenças mais arraigadas são objeto de crítica, podem sentir-se ofendidos e mesmo ameaçados. Assim ouvir certas coisas pode ser perigoso, já que contribui para prejudicar a auto-imagem. (GIL, 2001, p. 76).

- ✓ **Comportamento defensivo:** A pessoa que encara uma mensagem repassada pelo emissor como uma acusação ou julgamento pode se defender de maneira agressiva, irônica.

Dessa forma, as organizações precisam quebrar essas barreiras, fazendo com que o emissor e o receptor se comuniquem de maneira eficaz, chegando sempre ao objetivo pretendido.

2.1.3 Comunicação eficaz

Devido a todas as barreiras existentes no processo de comunicação, Robbins (2004) dá algumas sugestões para diminuir esses problemas e fazer com que a comunicação se torne eficaz; são elas:

- ✓ **Use múltiplos canais:** o uso de múltiplos canais faz com que a mensagem transmitida seja repassada com mais clareza. Primeiro, são estimulados os sentidos do receptor por meios de comunicação distintos, o que reduz o risco de distorção da mensagem. Segundo, as pessoas têm maneiras diferentes de absorver o que lhes foi repassado, umas preferem mensagens por escrito; outras, oral.
- ✓ **Utilize o *feedback*:** vários problemas de comunicação são gerados através de equívocos gerados no entendimento da mensagem. Dessa forma, o *feedback* pode ser utilizado para diminuir esses problemas.
- ✓ **Simplifique a linguagem:** a linguagem pode ser uma barreira na comunicação, portanto a mensagem deve ser sempre repassada de forma clara e objetiva com palavras simples e de fácil entendimento, para que se torne compreensível para o receptor.
- ✓ **Pratique a escuta ativa:** Ouvir e escutar são duas ações diferentes. Ouvir é uma atitude passiva e escutar é ativa. Quando uma pessoa fala, ouvimos passivamente o que ela diz, já quando escutamos, buscamos significados, tentamos entender o que a outra pessoa diz.
- ✓ **Controle as emoções:** é preciso saber controlar as emoções para que não se distorça o significado da mensagem, já que, quando uma pessoa está emocionalmente alterada, ela pode interpretar de maneira errada a mensagem que lhe está sendo transmitida.

Dessa forma, o autor diz que, para que as informações sejam repassadas sem que haja distorções ou mau entendimento, o emissor deve estar bem treinado, sabendo exatamente o que vai repassar. Isso só fará com que a comunicação ganhe em eficácia.

2.2 Liderança

Do ponto de vista de Robbins (2004. p, 137-138),

[...] liderança é a capacidade de influenciar um grupo em direção ao alcance de objetivos. A origem dessa influência pode ser formal, como a conferida por um alto cargo. Como essas posições subentendem certo grau de autoridade, uma pessoa pode assumir um papel de liderança apenas em função do cargo que ocupa.

Diante do exposto, percebe-se que a liderança pode ser atribuída a qualquer pessoa, sendo ela formal ou devido ao cargo que se ocupa. Porém, para Fernandes (2006) um líder precisa ter características que são fundamentais para executar com eficácia suas atividades.

Robbins (2004, p. 138) destaca algumas dessas características: “ambição e energia; o desejo de liderar e influenciar; honestidade e integridade; autoconfiança; inteligência; conhecimentos relevantes da área sob sua responsabilidade”.

Sendo assim, um líder precisa ter uma boa relação com as pessoas que compõem sua equipe de trabalho, valorizando-as, ouvindo suas opiniões, elogiando quando merecido. Ele também não pode se isolar ou mesmo ser autoritário, porém precisa assumir um papel diferenciado dos demais, definindo tarefas e assumindo responsabilidades (FERNANDES, 2006).

No quadro 1, Cury (2000 *apud* FERNANDES 2006) mostra a opinião de outros autores sobre as qualidades que um líder deve ter:

Autor	Qualidades
Ordway Tead	Energia física e nervosa; sentido de finalidade e direção, entusiasmo, amabilidade e afeição, honestidade, competência, técnica, espírito de decisão, inteligência, habilidade pedagógica e fé.
Barnard	O primeiro aspecto: superioridade individual, pessoa que se destaca pelo físico, habilidade, conhecimentos, percepção, memória e imaginação. O segundo aspecto: superioridade individual em determinação, persistência, resistência ao sofrimento e coragem.
May Smith	Inteligência e raciocínio, compreensão imaginativa, talento de aceitar responsabilidades, temperamento bem-equilibrado, interesse em ser justo e senso de humor.
Walter Punckey	Compreensão, capacidade de delegar e de coordenar, juízo astuto de caráter, força e firmeza, poder de refletir o progresso do grupo e senso de humor.

Quadro 1: Qualidades que um líder deve ter

Fonte: Cury (2000 *apud* FERNANDES 2006, p. 83)

De acordo com Fernandes (2006) nos dias de hoje muitas dessas qualidades já estão no perfil dos líderes. Os líderes são negociadores, estão abertos

ao diálogo, são flexíveis e comunicativos; agindo dessa forma, as pessoas que estão ao seu redor irão colocar em prática aquilo que lhes for repassado, o que irá gerar cada vez mais qualidade nos serviços prestados.

2.2.1 Tipos de liderança

Para Cury (2000 *apud* FERNANDES 2006), existem formas diferentes de liderar, ou seja, tipos de lideranças distintos, que são classificados como autoritário, democrático e liberal. A seguir serão expostos esses tipos de liderança e suas características:

- ✓ **Autoritário:** Esse tipo de líder é dominador; é ele quem define a política a ser seguida. Ele dita as atividades, o trabalho que deve ser feito, bem como o grupo de que cada pessoa deve fazer parte. Ele “é pessoal em seus elogios e em suas críticas ao trabalho de cada membro, porém permanece fora da participação, exceto na demonstração” (CURY 2000 *apud* FERNANDES 2006, p. 85).
- ✓ **Democrático:** Nesse tipo de liderança o líder ajuda a equipe, porém a política de trabalho, as discussões e decisões são tomadas pelo grupo. Geralmente, o líder dá ideias para que o grupo faça suas escolhas. As pessoas escolhem com quem preferem trabalhar. O líder democrático deixa claro, para sua equipe, as críticas e os elogios sobre as atividades desenvolvidas.
- ✓ **Liberal:** Os membros têm total liberdade para tomar decisões; o líder liberal somente disponibiliza os materiais e informações necessárias para a equipe, porém não participa e nem interfere nas decisões tomadas. O líder só dá sua opinião quando é solicitado.

Segundo Fernandes (2006), a diferença entre os três tipos de liderança é que o líder autoritário é quem determina tudo; o líder democrático dá ideias, ajuda, mas a equipe é quem toma as decisões; e já o líder liberal não participa das atividades, pois as decisões cabem ao grupo.

Conforme Ribeiro (2003), na conduta autoritária as pessoas se sentem pressionadas a produzir, sem abertura de espaço para suas ideias, o que gera a falta de motivação e a insatisfação com o trabalho; diante disso, é preciso encontrar pessoas qualificadas para assumirem os cargos de liderança, pois quando se tem um bom líder os funcionários produzem de forma criativa, com satisfação, colaborando com a qualidade dos negócios.

Conclui-se que a liderança deve ser uma característica inerente a quem ocupa cargos de chefia na empresa e precisa ser conduzida de maneira eficaz, para que se faça com que os subordinados fiquem satisfeitos e, conseqüentemente, realizem bons trabalhos (RIBEIRO, 2003).

2.2.2 A importância da liderança nas reuniões de trabalho

As reuniões de trabalho estão, cada vez mais, tornando-se essenciais para um bom desenvolvimento da empresa, por isso há a necessidade de se designarem pessoas capacitadas para liderá-las (GIL, 2001).

Quando se lidera de maneira correta uma reunião, os participantes expõem suas opiniões sem dominar a discussão, e geralmente sentem que conseguiram contribuir de alguma forma para as resoluções (AMOS, 2001).

Para esse autor, existem razões como má liderança, interrupções, rupturas, falta de preparo, entre outras, que prejudicam o rendimento de muitas reuniões. Gil (2001) destaca algumas dessas razões. Em relação aos líderes: dificuldades para assumir o papel adequado na reunião, desconfiança em relação aos participantes, dificuldade para organizar as discussões, falta de empatia; em relação aos participantes: desinteresse pelo assunto, agressividade, descrença em relação à eficiência da reunião, desconhecimento do assunto e ainda existem outros fatores, tais como: tempo inadequado, tema de difícil entendimento ou desagradável, competências mal definidas.

É de extrema importância que seja identificada a razão pela qual as reuniões fracassam, pois, quando se sabe o motivo, torna-se mais fácil solucionar o problema (AMOS, 2001).

Quem lidera uma reunião necessita de ter instrução, habilidades e atitudes. Diante disso, faz-se necessário o prévio conhecimento daquilo que será repassado e saber com que tipo de pessoas se estará lidando, para que se possa encorajá-las a participar ou para poder contê-las quando necessário. O domínio do assunto é essencial, pois sem ele o líder não conseguirá abordar os assuntos com segurança. A partir do momento no qual os participantes enxergam que o líder não está inteiramente por dentro do assunto abordado, eles se sentem desmotivados (GIL, 2001).

O autoconhecimento é um item indispensável para quem dirige reuniões, porém na maioria das vezes não é levado a sério. Sendo assim, afirma Gil (2001, p. 231):

[...] conhecer suas características pessoais, suas habilidades para tratar objetivamente um assunto ou para lidar com situações difíceis são alguns dos aspectos que o dirigente precisa conhecer antes de propor-se a conduzir uma reunião.

Por isso é necessário que o líder esteja sempre em constante atualização.

A seguir serão analisados dois pontos importantes em relação aos líderes e aos participantes de uma reunião:

- **Como estimular a participação**

Para Gil (2001), a falta de participação é um dos piores fatores encontrados para quem dirige uma reunião. O dirigente geralmente fica nervoso, passa a criticar os participantes e, muitas vezes, dá por encerrada a reunião antes mesmo do que deveria. Amos (2001), diz que é de extrema importância que os participantes contribuam na discussão, para que o líder não fique falando sozinho.

Para Gil (2001), essa indiferença pode ser causada por vários fatores, como participantes despreparados em relação ao assunto discutido; conclusões precipitadas em relação ao problema; descrédito quanto à possibilidade de a reunião trazer vantagens. O autor ainda ressalta que é preciso prevenir quanto a esses fatos, encorajando a participação das pessoas, referindo-se a elas pelo nome, agradecendo sempre que houver participação, respeitando as opiniões.

- **Como lidar com participantes problemáticos**

Conforme Amos (2001), é importante saber evitar conflitos nas reuniões, porém muitas vezes isso é impossível. Dessa forma, é preciso que o dirigente saiba como lidar com participantes problemáticos, para que a reunião não seja prejudicada.

Existem classificações para esses tipos de participantes. Alguns dos tipos mais comuns, de acordo com Gil (2001), são o **sabe-tudo** (em relação a esse tipo de participante, deve-se reconhecer suas qualidades, mas é preciso que ele aceite a opinião dos outros participantes) e o tipo **agressivo** (é preciso que o líder e os demais participantes tenham calma. Geralmente não é adequado se defender, mas sim pedir opiniões positivas, o que trará contribuições). Além desses tipos de participantes, Andrade (2000) ainda cita o **falante** e diz que esse tipo de participante

gosta de falar e geralmente adora ouvir-se falar. Nesse caso, é recomendável estipular um tempo para ele; e o **tímido**, que geralmente não é notado nas reuniões, porém é necessário que se tente fazê-lo contribuir de alguma forma.

Diante do exposto, pode-se concluir que a liderança é um fator de grande importância nas reuniões de trabalho, pois, quando ela é feita de maneira correta e por pessoas capacitadas, a organização só acrescenta pontos positivos (GIL, 2001).

2.3 Atendimento

“Atendimento é um elo importantíssimo da corrente de relação com o Cliente. Por sua posição estratégica, deve ser fortíssimo; formado por profissionais competentes, conscientes e motivados” (ALMEIDA, 2001, p. 40).

De acordo com Dantas (2004), o atendimento é considerado por muitas pessoas uma das atividades mais importantes desenvolvidas nas organizações públicas ou privadas. A empresa que não se preocupa em prestar um bom atendimento aos que adquirem seus produtos ou serviços acaba por não atingir seus objetivos.

Para Pizzinatto (2005, p. 29) “o melhor atendimento é o que supera as expectativas do cliente e satisfaz suas necessidades que vão além daquelas supridas pelo produto ou serviço em si, gerando contentamento, confiança e credibilidade”.

Abaixo serão analisados conceitos importantes para a percepção da importância do atendimento ao público nas organizações.

2.3.1 Atendimento ao público nas organizações

“Na atual economia, prover excelentes serviços aos clientes pode ser uma diferença crítica no sucesso de sua empresa” (GERSON, 2001, p. 3).

Quando uma organização tem um atendimento de qualidade, ela passa a seus clientes uma imagem positiva. Porém Dantas (2004) diz que mesmo o atendimento sendo um diferencial nas organizações, ainda é muito fácil encontrar pessoas que não atendam bem e isso é consequência de fatores como empresas que têm visão da porta para dentro, ou seja, que prestam atendimento diferente daquele que divulgam em sua propaganda. Esse tipo de organização geralmente

está mais preocupado com seus problemas internos do que com atender bem ao cliente. Almeida (2001) destaca alguns erros cometidos pelos atendentes no momento do atendimento, que são eles:

- ✓ **Apatia:** é quando o atendente não demonstra nenhum tipo de interesse no problema. Dessa forma, o cliente fica desapontado.
- ✓ **Má vontade:** nesse caso, o funcionário tenta se livrar do cliente, sem ter resolvido o problema dele.
- ✓ **Frieza:** é quando o atendente trata o cliente de maneira desagradável.
- ✓ **Desdém:** nessa situação, muitas vezes o cliente sai enfurecido, pois o funcionário o trata como se ele não soubesse nada.
- ✓ **Robotismo:** o atendente age de maneira distante, repetindo sempre as mesmas coisas, do mesmo jeito, com os mesmos sinais.
- ✓ **Demasiado apego às normas:** esse tipo de situação, geralmente ocorre com o funcionário que segue rigidamente as normas, que não abre exceções.
- ✓ **Jogo de responsabilidade:** acontece quando o atendente não consegue resolver o problema; assim ele passa o problema para outro funcionário, que muitas vezes também não o resolve, e o cliente acaba ficando sem resposta.

Dessa forma, para que a organização atinja seus objetivos, é preciso que o atendente esteja bem preparado, saiba agir de forma profissional e consiga pensar como cliente, ou seja, ele deve saber tudo sobre sua empresa (seus produtos, serviços) e atender ao cliente como ele gostaria de ser atendido (DANTAS, 2004).

Diante do exposto, o autor mostra através do quadro 2 um roteiro para melhorar o atendimento nas organizações:

1- Descoberta do problema	<ul style="list-style-type: none"> - A Direção da organização, baseada em informações dos empregados e em pesquisas de satisfação de clientes, toma consciência de que existem deficiências no atendimento e de que é importante saná-las. - Decide enfrentar o problema e adota providências para o início do trabalho.
2- Diagnóstico	<ul style="list-style-type: none"> - Levantam-se, então, dados e informações mais detalhados sobre a situação do atendimento. - Analisam-se os dados e informações levantados, para conhecimento exato dos problemas.
3- Planejamento	<ul style="list-style-type: none"> - Define-se o que fazer para resolver os problemas de atendimento, indicando como fazê-lo, com que recursos, em que prazo e quais os responsáveis.
4- Ação	<ul style="list-style-type: none"> - Implantam-se os projetos ou tornam-se providências para melhoria do atendimento, conforme planejado.
5- Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> - Verifica-se até que ponto os problemas de atendimento foram solucionados e reinicia-se o processo.

Quadro 2: Roteiro de trabalho

Fonte: Dantas (2004, p. 79)

Ainda para o autor, em referência ao roteiro apresentado, na 1ª etapa é preciso que se tenha consciência dos problemas enfrentados e se adotem medidas para saná-los; na 2ª etapa, é preciso ter noção das conseqüências, causas e dimensões dos problemas identificados; na 3ª etapa, é preciso que se identifiquem as formas mais eficazes e se reservem recursos para acabar com os problemas; na 4ª etapa, técnicas, métodos e outros meios devem ser utilizados para se chegar ao objetivo; a 5ª etapa deve ser adotada em todas as outras etapas, já que é ela que proporciona diferenciação entre o fim e o recomeço do processo.

Segundo Gerson (2001), outras medidas também devem ser tomadas para que se realize um bom atendimento. Diante disso, o autor destaca que é de extrema importância contratar bons profissionais e, após isso, investir em treinamentos, pois um atendimento só é realizado de maneira eficaz, quando o atendente está preparado.

Dantas (2004) enfatiza esse pensamento dizendo que é a partir do treinamento que o atendente aprende a compreender e valorizar seu papel dentro da organização e também fica por dentro de assuntos técnicos referentes ao atendimento; o funcionário devidamente treinado aprende habilidades para se relacionar com o público e adquire capacidade de enxergar problemas e buscar soluções para eles.

Para Gerson (2001) uma boa remuneração também faz com que os atendentes se sintam motivados para desenvolver, cada vez melhor, seu papel

dentro da organização. Porém o autor destaca que é preciso que o atendente e a organização estejam em constante atualização, fazendo com que o atendimento ao cliente seja cada vez mais eficaz.

A seguir serão apresentados alguns atributos que os clientes consideram importantes e, através dos dez mandamentos, expor-se-á sugestões para se realizar um atendimento excelente:

- **Quanto ao atendente e o atendimento em si**

Para Almeida (2001) o profissional encarregado do atendimento deve ter atitudes como: apresentar-se sempre de forma impecável, ter postura, ser sorridente, ter empatia, saber escutar, ser gentil, ter disposição, ser rápido e tranquilo, ser sincero e fazer o uso de uma comunicação correta.

De acordo com Shiozawa (1993) o atendimento de qualidade está diretamente relacionado com a comunicação. Por sua vez, Almeida (2001) dá algumas dicas para uma boa comunicação com o cliente: ouça com atenção o que o cliente tem a dizer; analise a personalidade da pessoa com quem está falando; tenha paciência; torne a mensagem o mais simples possível; assegure-se de que o ouvinte entendeu a mensagem repassada; se o cliente não concordar com as idéias propostas, ouça suas opiniões e tente entendê-lo.

Quanto ao atendimento em si, o autor considera que o atendente deve repassar as informações de maneira correta, deve ter planejamento para que o cliente seja atendido de forma adequada e não ocorram filas, deve sempre cumprir os prazos previstos, e não deve conter qualquer tipo de discriminação.

- **Quanto ao ambiente do atendimento**

Para Dantas (2004) o ambiente onde é realizado o atendimento, é tão importante quanto o próprio atendimento. Dessa forma o autor destaca como seria o ambiente adequado:

- ✓ Deve apresentar boas condições, ou seja, ter organização, ser arejado, ter uma boa infra-estrutura, comodidade para o atendente e o cliente;
- ✓ Deve ter balcão para informações, computadores para consulta, cartazes informativos;
- ✓ Deve dispor de serviços, de informações, de esclarecimento de dúvidas através do telefone, para maior comodidade do cliente.

- **Dez Mandamentos do atendimento**

Gomes (2001, p. 75-76-77) mostra como um atendimento de qualidade deve ser realizado, através dos dez mandamentos do atendimento:

- I- Atender imediatamente: se a pessoa espera um minuto pode se transformar numa eternidade. O ideal é recepcioná-la prontamente e pedir para que aguarde;
- II- Deixando de lado preconceitos ou más impressões, o profissional deve ser sempre cortês com qualquer cliente, mas evitar termos técnicos, gírias, ou expressões que criem falsa intimidade como “Querido”, “Amor” e “Bem”, entre outras;
- III- Procurar entender ao máximo o pedido do cliente, dando tempo para que ele explique o que deseja;
- IV- Expressar-se com tom de voz de acordo com o que está dizendo. Não dar ordens, pois causam constrangimentos;
- V- Deixar o cliente terminar as frases e não interrompê-lo;
- VI- Diante de algum problema com o cliente, o colaborador deve recorrer ao auxílio de seu supervisor;
- VII- Se for cometida alguma falha, é melhor admitir. Do contrário, pode parecer que o profissional não está falando a verdade, escondendo informações ou omitindo problemas, enganando o cliente, o que é pior;
- VIII- Ao telefone, atenda no máximo no terceiro toque, com presteza, falando o necessário e encerrando com gentileza a conversa. Procure tirar dali uma venda. Sorria ao telefone. Evite atender ao primeiro toque;
- IX- A rapidez no atendimento é sempre importante, mas não deve ser confundida com descaso para livrar-se do cliente;
- X- As reclamações devem ser ouvidas e encaminhadas para uma solução.

Concluindo, “no momento em que você promete algo ao cliente você cria uma expectativa nele de, no mínimo, ser feito o que foi prometido. Qualquer deslize, ou não cumprimento, é falha” (ALMEIDA, 2001, p. 50). Dessa forma, além de prestar um bom atendimento é necessário que se cumpra aquilo que foi prometido, já que o cliente é a peça chave de qualquer organização.

2.4 Gerenciando a mudança

A mudança está presente na vida de todos. Ela ocorre diariamente no trabalho, no meio em que se vive. As pessoas estão acostumadas a conviver com a mudança, porém tendem a resistir a elas (DAVIS e NEWSTROM, 2004).

Nos dias de hoje, as organizações passam por mudanças constantemente. Por esse motivo é necessário que as pessoas se adaptem a essas novas condições (ROBBINS, 2004).

As pessoas reagem de diferentes formas às mudanças. Algumas veem somente os benefícios, enquanto as outras veem apenas o que a mudança irá lhes custar. Outras, ainda, reagem inicialmente com medo, mesmo que todos os efeitos sejam positivos para elas. (DAVIS e NEWSTROM, 2004, p. 40)

Segundo Maquiavel (*apud* MONTANA e CHARNOV, 2006, p. 332-333), “não existe nada mais difícil de empreender, mais perigoso de conduzir ou mais incerto em seu sucesso do que tomar a iniciativa de introduzir uma nova ordem de coisas”. Davis e Newstrom (2004) defendem a ideia de que é necessário que as pessoas que estabelecem novas condições acreditem naquilo que estão definindo, pois só assim terão possibilidade de sucesso.

2.4.1 Resistência à mudança

Segundo Davis e Newstrom (2004, p. 43), “a resistência às mudanças consiste em qualquer atitude intencional de uma pessoa para desacreditar, atrasar ou impedir a implementação de uma mudança no trabalho”

Para o autor, as pessoas em geral resistem às mudanças por terem que mudar aquilo que acreditam ser certo ou por medo do que pode vir. Mas essa resistência muitas vezes é recompensada através dos benefícios que a eventual modificação pode gerar ou até mesmo por oferecer novas experiências.

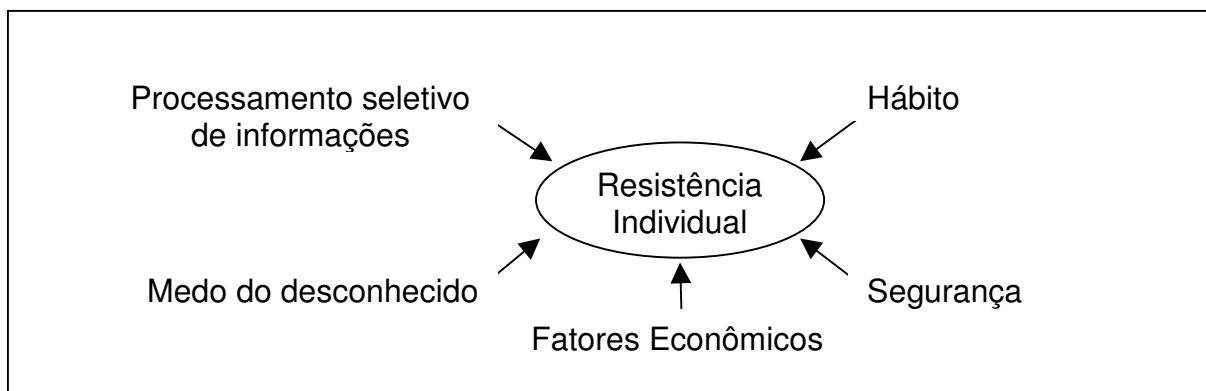
Montana e Charnov (2006), defendem que, em muitos casos as mudanças são implementadas de maneira autoritária. Porém, quando isso acontece, as pessoas tendem a resistir a ela e continuam a fazer as coisas da maneira que sempre fizeram.

De acordo com Davis e Newstrom (2004), quando uma ou algumas poucas pessoas reagem mal à mudança, podem fazer com que muitas outras pessoas comecem a resistir também.

Eis cinco motivos que causam resistência individual, segundo Robbins (2002):

- ✓ **Hábito:** Os seres humanos são movidos por hábitos. O dia a dia é tão complicado que as pessoas tentam segui-los de maneira simplificada. Por isso, quando ocorre uma mudança, elas tendem a responder de acordo com seus hábitos e isso acaba por gerar certa resistência.
- ✓ **Segurança:** Pessoas que precisam se sentir seguras sentem-se geralmente ameaçadas quando ocorre alguma mudança, por isso a resistência.
- ✓ **Fatores econômicos:** É quando uma pessoa acredita que, por haver mudanças, ela pode apresentar um desempenho inferior; isso ocorre principalmente quando a remuneração não está ligada ao desempenho.
- ✓ **Medo do desconhecido:** As pessoas têm medo de trocar o conhecido pelo desconhecido.
- ✓ **Processamento seletivo de informações:** O mundo é visto por cada pessoa de uma maneira. Dessa forma, elas tendem a desprezar aquilo que não faz parte do mundo delas.

No quadro 3, podem-se visualizar essas fontes:



Quadro 3: Fonte de resistência individual a mudanças

Fonte: Robbins (2002, p. 531)

Conforme Davis e Newstrom (2004, p. 46), "nem sempre é fácil gerenciar uma mudança de forma satisfatória".

Para o autor, a mudança é formada por três etapas: o descongelamento, a mudança e o congelamento. A seguir será exposta a definição das três etapas:

- ✓ **Descongelamento:** quando antigas ideias e práticas devem ser esquecidas, para que novas sejam aprendidas.
- ✓ **Mudança:** é a fase em que as ideias e práticas são aprendidas; assim as pessoas começam a refletir e a agir de acordo com novas exigências. Nesse

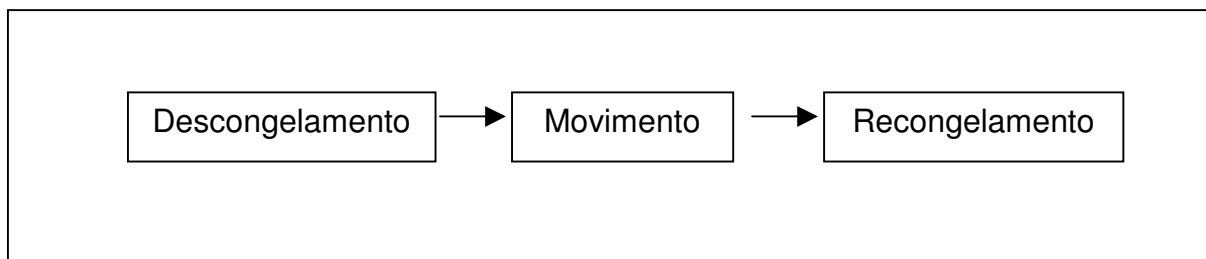
ciclo elas podem se sentir confusas, mas também experimentar a sensação de descoberta.

- ✓ **Recongelamento:** é quando as mudanças já foram adaptadas ao dia a dia das pessoas.

Robbins (2002, p. 537), através do modelo de três etapas de Lewin, confirma o que Davis e Newstrom disseram:

Descongelamento: Esforços para a mudança voltados a superar as pressões tanto das resistências individuais como da conformidade grupal.
 Movimento: Agir de acordo com novas condições.
 Recongelamento: Estabilizar uma mudança por meio do equilíbrio entre forças propulsoras (podem ser estimuladas) e limitantes (podem ser desestimuladas).

Isso pode ser visualizado no quadro 4:



Quadro 4: Modelo de mudança de três etapas de Lewin

Fonte: Robbins (2002, p. 537)

As mudanças ocorrem diariamente e de forma inevitável; por isso, devem ser utilizados métodos para superar as resistências; é fundamental uma atenção maior à comunicação, que serve como fonte de entendimento para as pessoas que estarão diretamente ligadas às modificações que são implementadas (ROBBINS, 2002).

2.5 Conflito

De acordo com Robbins (2002, p. 373-374), “conflito é um processo que tem início quando uma das partes percebe que a outra parte afeta, ou pode afetar, negativamente alguma coisa que a primeira considera importante”. Chiavenato (2005) ratifica o que Robbins disse em relação ao conflito, o qual geralmente ocorre quando uma das partes vai atrás de seus objetivos e acaba interferindo nos objetivos da outra parte.

As pessoas trabalham em conjunto, porém cada área da empresa tende a priorizar seus objetivos, suas metas; por isso é inevitável que aconteçam conflitos nas organizações.

O conflito pode surgir da experiência de frustração de uma ou ambas as partes, de sua incapacidade de atingir uma ou mais metas, diferenças de personalidade, existência de atividades interdependentes no trabalho, metas diferentes, recursos compartilhados, diferenças de informação e percepção, dentre outras. (MARTINELLI e ALMEIDA, 2006, p. 47)

Outro fator que causa conflitos é a falta ou a falha de comunicação. Por isso o correto é que não se repasse informação de mais nem de menos e que se tome cuidado na maneira como se vai repassá-la (ROBBINS, 2002). Informação mal interpretada também é um fator que causa conflitos, segundo Montana e Charnov (2006).

Na concepção de Chiavenato (2005), o conflito pode trazer consequências negativas, como o decréscimo na comunicação. Isso ocorre quando as pessoas encontram barreiras ao se comunicar; o confronto comumente gera comportamentos negativos, que, por consequência, podem vir a causar problemas de relacionamento.

Diante dessas possibilidades, é preciso que a organização administre seus conflitos de maneira correta, para que sejam sempre solucionados com a diminuição das consequências negativas deixadas por eles, pois um conflito mal solucionado pode causar conflitos ainda maiores futuramente.

Na maioria das vezes, o conflito é encarado de forma negativa, como algo que só trará problemas, que deve ser sempre evitado. Porém Martinelli e Almeida (2006) afirmam que o conflito também pode ser encarado de forma positiva, pois ele gera uma grande troca de opiniões, resultando em aprendizado. Dessa forma, é preciso diminuir os efeitos negativos e aproveitar os aspectos positivos dos conflitos.

2.5.1 Administração de conflitos

Segundo Robbins (2002, p. 382), administração de conflitos é o “uso de técnicas de solução ou de estímulo de conflitos para mantê-los nos níveis desejados”.

Para esse autor, uma organização deve utilizar estratégias para administrar seus conflitos, fazendo com que os efeitos positivos sejam maiores que os negativos.

Segundo Hamptom (1991 *apud* MARTINELLI e ALMEIDA, 2006, p. 54), “existem quatro modos distintos de administrar conflitos: acomodação, dominação, compromisso e solução integrativa de problemas”. A seguir o significado de cada um deles, segundo o autor:

- ✓ **Acomodação:** é quando os problemas são escondidos, ignorados, fazendo com que muitas vezes eles piorem. Geralmente isso acontece nas organizações menos eficientes. Esse tipo de administração de conflitos é utilizado pelas pessoas para fugir de problemas emocionais.
- ✓ **Dominação:** significa impor o poder. A dominação faz com que o conflito seja resolvido de forma rápida, porém, na maioria das vezes, de maneira insatisfatória, pois algumas pessoas aceitam o poder facilmente, porém para outras, quando o poder é usado ao extremo ele pode levar a insatisfações, brigas.
- ✓ **Compromisso:** é quando cada pessoa envolvida no conflito cede um pouco, para a resolução do problema. Geralmente esse tipo de administração de conflito não agrada a todas as pessoas envolvidas, por isso não é muito usado.
- ✓ **Solução integrativa de problema:** nesse caso, tenta-se encontrar uma forma de resolver o conflito de maneira que todas as partes envolvidas saiam satisfeitas. Esse método possui três passos: 1º estabelecer considerações em relação a todas as pessoas envolvidas; 2º analisar as conseqüências; 3º Procurar a melhor alternativa.

Para um melhor entendimento de administração de conflitos, é fundamental saber como resolvê-lo por meio da negociação. A seguir, esse tema será aprofundado.

2.5.2 Negociação

A negociação significa um processo pelo qual duas mais partes trocam valores entre si e tentam concordar sobre a taxa de troca entre eles. Isso significa que a negociação está focada no acordo ou na barganha nas trocas entre as partes envolvidas. As partes podem ser comprador e vendedor, organizações entre si, organização e pessoas, gerentes e subordinados, pessoas e pessoas. (CHIAVENATO, 2005, p. 413)

Segundo Martinelli e Almeida (2006), em tempos passados cada um se preocupava somente em suprir as suas necessidades; dessa forma, novas negociações não eram feitas. Para Gil (2001), as pessoas hoje em dia estão cada vez mais bem informadas e, por consequência, tornam-se mais críticas, fazendo com que muitas vezes não concordem com o que lhes é estabelecido, o que pode provocar conflitos. Daí a necessidade de se negociar. Porém, mesmo as pessoas sendo mais críticas, o processo da negociação tem mais sucesso, pois as pessoas envolvidas nesse processo geralmente dispõem de mais flexibilidade. Robbins (2002) destaca que a negociação está diretamente ligada ao conflito.

A comunicação é um componente essencial para que a negociação ocorra, visto que ela está presente nesse momento entre as pessoas que agem por si mesmas ou por suas organizações (MARTINELLI e ALMEIDA, 2006).

Para que se tenha sucesso em uma negociação, é preciso que se faça um planejamento. Alguns passos, de acordo com Gil (2001, p. 249-250-251), devem ser seguidos, tais como: “definição dos objetivos, determinação da margem de negociação, formulação de hipóteses sobre o comportamento do oponente, preparação do ambiente e do material, preparação física e psicológica”.

Após o planejamento, é necessário que se analisem as habilidades para a negociação, segundo Robbins (2002). O autor diz que o primeiro passo é começar com uma postura aberta, aceitando as opiniões dos outros. Logo após, é preciso voltar o foco para os problemas e não para as pessoas. Por último, esse autor sugere criar um clima de abertura e de confiança, pois assim o negociador age de forma menos defensiva, abrindo espaço para o oponente ou interlocutor falar e para que haja mais questionamentos; consequentemente ambas as partes terão mais chances de chegar a um acordo. Dessa forma, percebe-se que o planejamento é necessário, porém isso não impede que, no momento da negociação sejam abertas novas situações, alternativas para se chegar à resolução do problema.

Diante do exposto, conclui-se que a negociação é a maneira mais eficaz para chegar à solução de um conflito.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia a ser adotada para guiar a pesquisa é de suma importância para o alcance dos objetivos desejados. Ela implica tipos de pesquisas, população e amostra, forma de coleta de dados e análise e interpretação dos dados.

A metodologia é interpretada como a ciência que estuda os métodos (VIANNA, 2001). Sendo assim, afirma Bunge (1974 *apud* MARCONI e LAKATOS, 2005, p. 80), “a ciência é todo conjunto de atitudes e atividades racionais, dirigidas ao sistemático conhecimento com objetivo limitado, capaz de ser submetido à verificação”. Esse autor ainda diz que as ciências contêm objetivo ou finalidade, função e objetivo. Para que haja ciência é preciso utilizar métodos científicos.

Método é um grupo de ações indispensáveis para alcançar os objetivos almejados. Para Vianna (2001, p. 95), “método significa, caminho para atingir um fim, o conjunto das ações necessárias para atingir os objetivos propostos em um determinado período, a partir de recursos disponíveis”.

Os procedimentos metodológicos da pesquisa servem para planejar o alcance dos objetivos com maior exatidão.

3.1 Tipos de pesquisa

A pesquisa visa auxiliar na capacitação do conhecimento.

Para Oliveira (1999, p. 118), “pesquisar significa planejar cuidadosamente uma investigação de acordo com as normas da Metodologia Científica, tanto em termos de forma como de conteúdo”.

Os tipos de pesquisa são estabelecidos de acordo com o ponto de vista do autor, obedecendo sempre a uma série de aspectos como interesses, condições, metodologia, objetivos, dentre outros (MARCONI e LAKATOS, 2006).

Neste estudo foi utilizada a pesquisa bibliográfica, pesquisa descritiva, pesquisa de campo, pesquisa qualitativa e quantitativa e o instrumento de pesquisa foi um questionário.

3.1.1 Pesquisa bibliográfica

A pesquisa foi bibliográfica, porque foi produzida através de material já divulgado. Para Trujillo (1974 *apud* MARCONI e LAKATOS, 2006, p. 71), “a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”.

A pesquisa bibliográfica se baseou na fundamentação teórica.

3.1.2 Pesquisa descritiva

A pesquisa descritiva objetivou descrever as características da população em estudo, com o que se pode medir o grau de entendimento por parte dos produtores em relação à comunicação com os funcionários da empresa em questão. As pesquisas que têm como objetivo levantar opiniões através de questionário se enquadram nesse tipo de pesquisa.

Segundo Gil (1991, p. 46), “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

3.1.3 Pesquisa de campo

Para melhor entendimento sobre o assunto abordado, foi inserida a pesquisa de campo, na qual alguns questionários foram aplicados no momento do atendimento ao produtor no escritório e outros na residência de alguns produtores da região. Esse levantamento teve como objetivo buscar maior conhecimento a respeito do problema enfrentado e encontrar possíveis soluções para os entraves.

Conforme Marconi e Lakatos (2006, p. 83):

Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.

3.1.4 Pesquisa qualitativa e quantitativa

Em relação à abordagem da pesquisa, ela foi qualitativa e quantitativa; quantitativa porque visou quantificar opiniões a partir da coleta de dados; e qualitativa porque procurou interpretar os dados já transformados em números, isto é, utilizando-os para fazer uma análise adequada dos resultados obtidos.

Segundo Ramos, Ramos e Busnello (2003), a pesquisa quantitativa é aquela na qual “tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em número, opiniões e informações para classificar e analisá-los”. Já a pesquisa qualitativa não se faz através de dados estatísticos. Os autores dizem que, neste tipo de pesquisa, é preciso interpretar o objeto e conceder significados através da análise de dados.

3.2 Caracterização da empresa

3.2.1 Histórico

A Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina – CIDASC – foi criada em 28 de fevereiro de 1979, através da Lei 5.516, como empresa de economia mista, vinculada à Secretaria de Estado da Agricultura e Desenvolvimento Rural. Foi constituída por Assembléia Geral, em 27 de novembro de 1979, na qual foi aprovada a subscrição de capital, o seu estatuto social e foram eleitos os membros do conselho de administração.

Com o decorrer dos anos, a CIDASC foi se desenvolvendo em conformidade com a seguinte cronologia:

1979: A CIDASC reuniu as seguintes instituições e serviços em sua constituição:

- ✓ Coordenação de Defesa Sanitária; Campanha de Combate à Febre Aftosa; Programa de Inseminação Artificial; Classificação Vegetal de Santa Catarina; Coordenação de Operações Técnicas, com o serviço de Sementes e Mudas; Instituto Físico-Químico e Biológico com os serviços de laboratório de solos; Coordenação da Produção e Abastecimento; Fundo Agropecuário.

1981: Construção da Central de Hortigranjeiros de Joinville e Blumenau;

1982: Inauguração da Sede da CIDASC, no bairro Itacorubi – Florianópolis (SC);

1983: Expansão do Programa de Reflorestamento para todo o Estado; Implantação dos Programas de Hortigranjeiros e Olha o Peixe;

1984: São remanejados para a CIDASC servidores da extinta ERUSC (Eletrificação Rural de Santa Catarina S/A).

1986: São remanejados para a CIDASC servidores da extinta REFLORESC (Reflorestadora Santa Catarina S.A). Implantação do Programa Troca-Troca no Estado;

1988: Incorporação da Companhia Catarinense de Armazenamento; assumiu a administração do Terminal Graneleiro de São Francisco do Sul;

1991: Início do Programa de Vacinação contra Febre Aftosa em todo o território do Estado;

1992: Recebeu a maquinaria e os servidores da Secretaria de Estado do Oeste;

1993: Implantação dos projetos Troca de Novilhas e Incentivo à Produção de Matrizes Leiteiras;

1997: Instalação de Barreiras Sanitárias nos limites com o estado do Paraná;

1998: Construção de sede própria da Administração Regional em Tubarão;

2003: Em uma ação inovadora, a empresa, coordenou o Levantamento Agropecuário de Santa Catarina –, em parceria com a EPAGRI (Empresa Pesquisa Agropecuária Extensão Rural de Santa Catarina) e o ICEPA (Instituto de Planejamento em Economia Agrícola de Santa Catarina).

2005: A CIDASC é transformada em Empresa Pública;

2007: O Estado de Santa Catarina é reconhecido pela OIE (Organização Mundial de Saúde Animal) em 25/05/07, como única unidade da federação Livre de Febre Aftosa Sem Vacinação;

2008: Implantação do PIB (Projeto de Identificação de Bovinos e Bubalinos).

2009: A CIDASC recebe o Prêmio Revista GLOBO RURAL, por ser considerada uma das 10 melhores empresas agropecuárias do Brasil.

3.2.2 Missão

A empresa tem como missão: executar ações de sanidade animal e vegetal, preservar a saúde pública, promover o agronegócio e o desenvolvimento sustentável de Santa Catarina.

3.2.3 Visão

Ser reconhecida como referência e excelência em sanidade agropecuária.

3.2.4 Ações desenvolvidas

A CIDASC trabalha com Defesa Sanitária e Inspeção de Produtos de Origem Animal e está há 30 anos desenvolvendo ações voltadas para a melhoria da qualidade de vida dos catarinenses. Dentre essas ações, estão:

- ✓ **Saúde animal:** Realizações de vacinação contra doenças infecto-contagiosas; execução de exames e diagnósticos laboratoriais, captura de morcegos hematófagos; execução de ações educativas sanitárias.
- ✓ **Fomento da produção animal:** Realização de coleta, industrialização e comercialização de sêmen; realização de treinamento de inseminadores artificiais; promoção de assistência técnica em melhoramento animal.
- ✓ **Saúde vegetal:** Promoção e execução de monitoramento fitossanitário em relação às safras dos principais produtos vegetais; fiscalização do comércio de agrotóxicos, fiscalização do comércio de sementes e mudas e fiscalização do comércio de sementes e mudas florestais; promoção de exames laboratoriais.
- ✓ **Classificação de produtos de origem animal:** Classificação de produtos vegetais; capacitação de produtores e usuários em classificação vegetal; auxílio técnico a feccularias e a engenhos de arroz e de farinha.
- ✓ **Armazenagem:** Execução de armazenagem portuária no Terminal Graneleiro de São Francisco do Sul.
- ✓ **Engenharia rural:** Execução de dragagem em rios, lagoas e canais; abertura, limpeza e desassoreamento de canais de drenagem; perfuração de poços tubulares profundos; construção de açudes, bebedouros e silos trincheira; abertura de pequenas estradas rurais e execução de terraplanagens e destocas.
- ✓ **Inspeção de produtos de origem animal:** Execução de serviços de inspeção de produtos de origem animal em abatedouros, fábricas de embutidos, charqueadas, entrepostos de carnes e pescados, postos de mel e distribuidores de ovos, com a finalidade de permitir a comercialização destes produtos entre municípios do Estado.

Essa instituição procura instruir os produtores rurais a respeito de vacinações e do manejo sanitário dos rebanhos; tanto no atendimento no escritório, como em reuniões, palestras e em projetos ressaltando a importância de se adotarem corretamente as medidas sanitárias. Mesmo sendo um órgão fiscalizador, a CIDASC procura orientar as pessoas sobre a importância das medidas de

prevenção, para que não seja obrigatório aplicar punições.

3.2.5 CIDASC de Jaguaruna



Figura 3: Escritório da CIDASC de Jaguaruna
Fonte: CIDASC

Escritório local da CIDASC de Jaguaruna

Endereço: Avenida Duque de Caxias, 1446, sala 4- Centro/ Jaguaruna

CEP: 88715-000

Fone/Fax: (48) 3624-1855

e-mail: jaguaruna@cidasc.sc.gov.br

A Administração Regional de Tubarão está dividida em 6 sub-áreas, sendo que a de Jaguaruna compreende ainda os municípios de Sangão e Treze de Maio. O escritório de Jaguaruna conta com 3 colaboradores que são: 1 Médico Veterinário e 2 Auxiliares Administrativos.

A CIDASC de Jaguaruna trabalha com Defesa Sanitária Animal, promovendo a prevenção, o controle e a erradicação de doenças que interfiram nos aspectos socioeconômicos através do cadastramento de propriedades, do monitoramento de doenças, da fiscalização de estabelecimentos e do trânsito de animais, da vacinação, da educação sanitária, do controle e da erradicação dos focos identificados de acordo com as normas estaduais e federais.

No município de Jaguaruna, existem aproximadamente 800 produtores rurais cadastrados na CIDASC. Muitos deles procuram o escritório para emissão de GTA (Guia de Trânsito Animal), para identificação de animais, para registro de nascimentos e de mortalidade nos rebanhos, dentre outros serviços. São realizados, em média, 20 atendimentos por dia.

3.3 População e amostra

A população que foi pesquisada constitui-se aproximadamente de 800 produtores rurais da região de Jaguaruna.

Foi utilizada uma amostra de 80 produtores, o que correspondeu a 10 % dessa população. A aplicação do questionário se deu com os envolvidos na produção rural, que frequentemente procuram os serviços dos técnicos e dos auxiliares, no escritório e na sua região de trabalho.

3.4 Forma de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados foi elaborado através de um questionário com 11 (onze) perguntas fechadas e de múltipla escolha. Todas as perguntas foram de fácil entendimento, para que o pesquisado respondesse de acordo com o seu conhecimento, sem que houvesse qualquer solicitação de identificação. A aplicação da pesquisa deu-se durante os meses de agosto e setembro.

De acordo com Vianna (2001, p. 163), “o questionário consiste em uma série de questões escritas para serem respondidas pela população ou amostra da pesquisa, em impresso próprio, via correio, meios eletrônicos ou pessoalmente”.

3.5 Análise e interpretação dos dados

Depois da pesquisa realizada, os dados foram tabulados e exibidos através de tabelas e gráficos, utilizando-se como ferramenta o Microsoft Word e Excel (2003).

A análise buscou resultados quantitativos, com base nos dados obtidos através do questionário, após a tabulação desses dados foi feita sua interpretação, a

partir daí a pesquisa passou a ser qualitativa.

Desse modo, desenvolveu-se a análise geral da pesquisa e as propostas de melhorias para a empresa baseadas nos objetivos deste relatório de estágio.

4 EXPERIÊNCIA DA PESQUISA

As questões de número 4, 6, 10 e 11 são de múltipla escolha e muito dos consultados optaram por mais de uma alternativa como resposta; dessa forma, a soma dos percentuais será maior que 100%.

A seguir será ilustrado e analisado o resultado obtido através da pesquisa realizada junto a 80 produtores rurais da região de Jaguaruna.

Tabela 1 – Sexo

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
Masculino	65	81%
Feminino	15	19%
Total de consultados	80	100%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

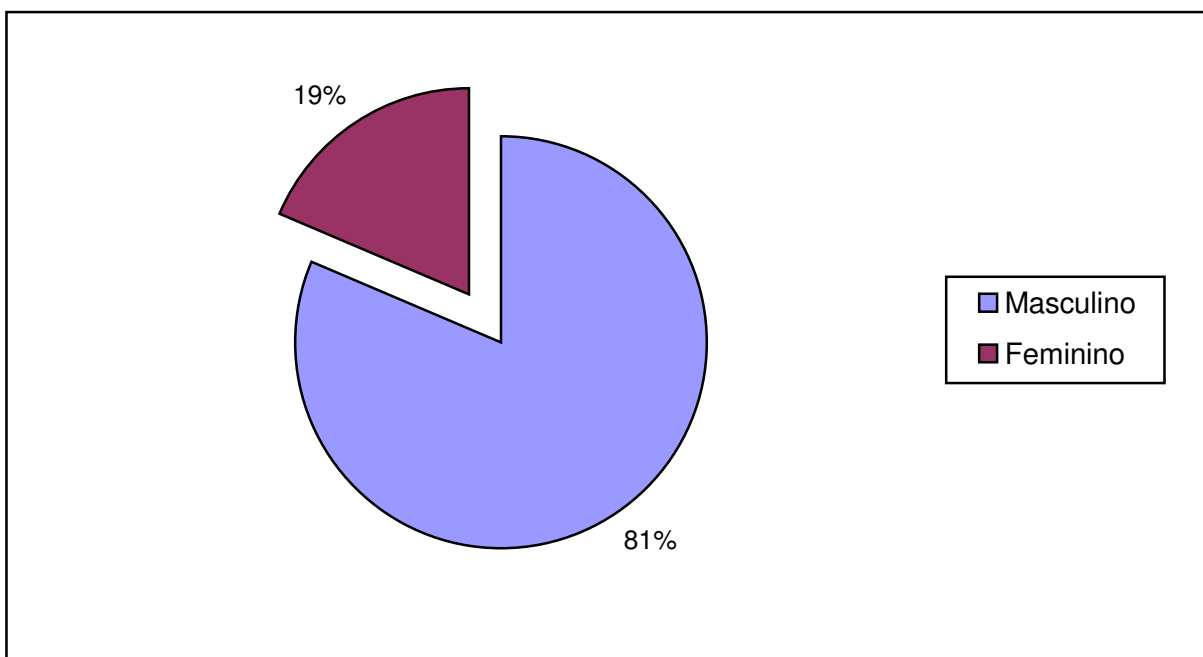


Figura 4 - Sexo

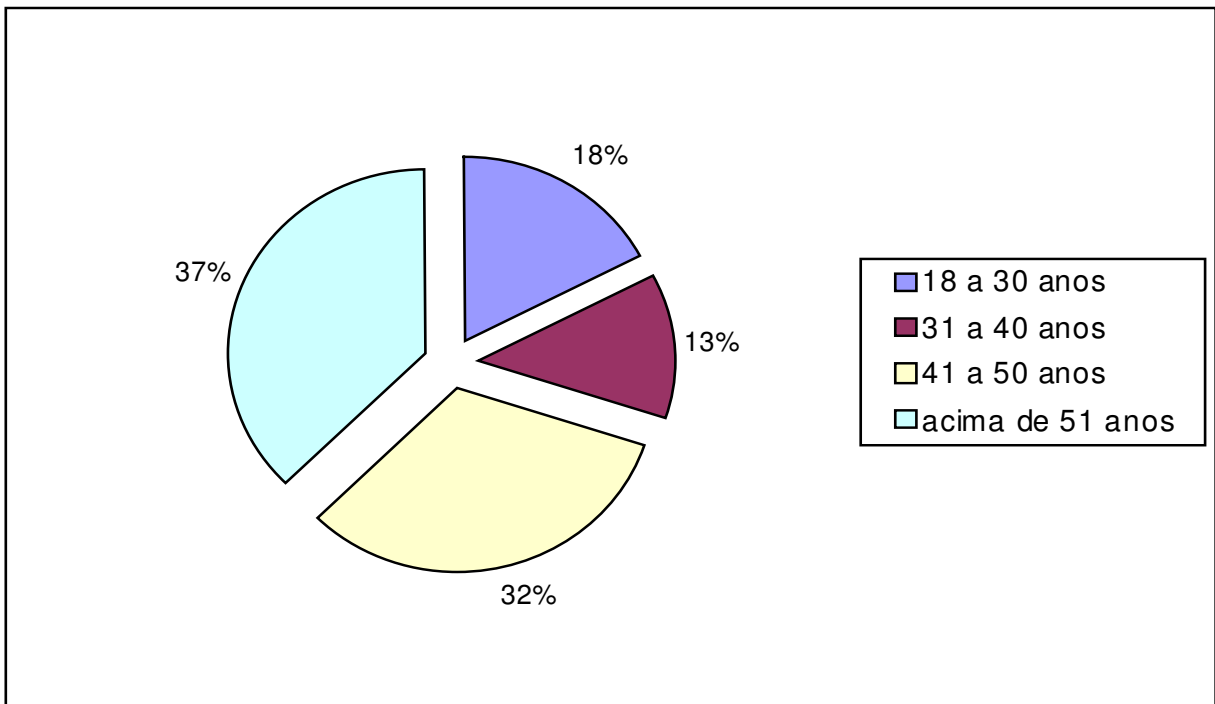
Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

Pode-se verificar, de acordo com a tabela, que 81% dos consultados são do sexo masculino e 19%, do sexo feminino.

Tabela 2 – Faixa Etária

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
18 a 30 anos	14	18%
31 a 40 anos	10	13%
41 a 50 anos	26	32%
Acima de 51 anos	30	37%
Total de consultados	80	100%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

**Figura 5 – Faixa etária**

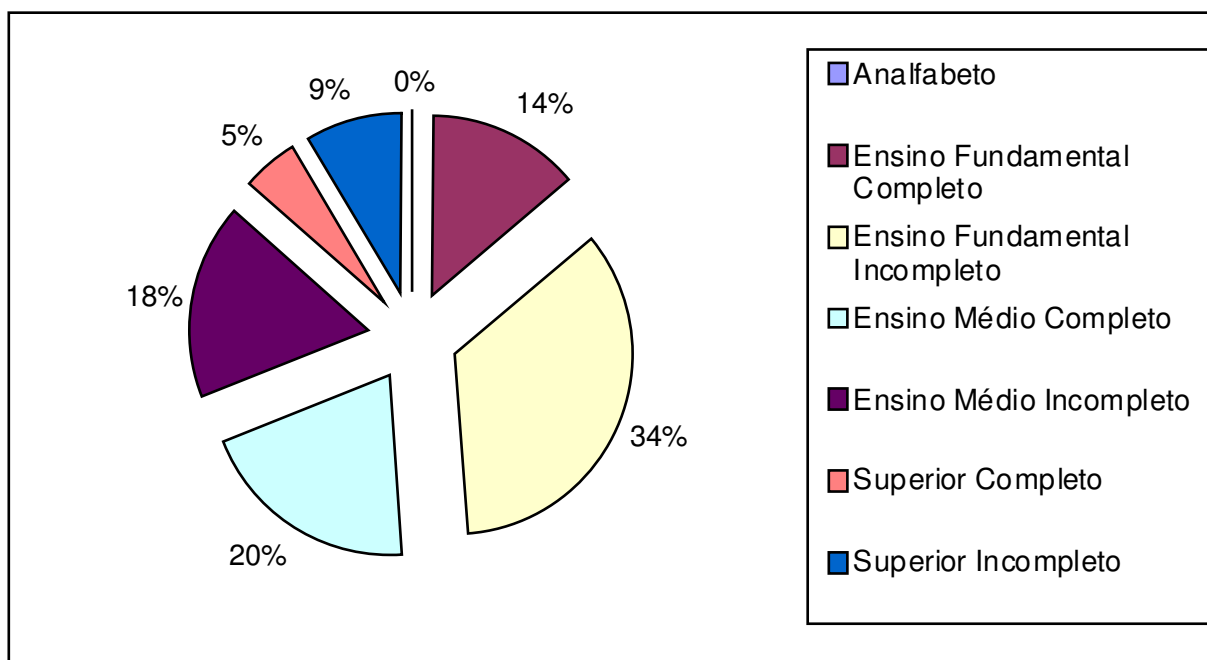
Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

De acordo com os dados acima, observa-se que 37% dos consultados têm acima de 51 anos; 32%, de 41 a 50 anos; 18%, de 18 a 30 anos e 13%, de 31 a 40 anos.

Tabela 3 – Grau de Escolaridade

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
Analfabeto	0	0%
Ensino Fundamental Completo	11	14%
Ensino Fundamental Incompleto	28	34%
Ensino Médio Completo	16	20%
Ensino Médio Incompleto	14	18%
Superior Completo	4	5%
Superior Incompleto	7	9%
Total de consultados	80	100%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

**Figura 6 – Grau de escolaridade**

Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

O gráfico acima possibilita identificar o grau de escolaridade dos produtores rurais da região de Jaguaruna: 34% dos produtores possuem o ensino fundamental incompleto; 20%, ensino médio completo; 18%, ensino médio incompleto; 14%, ensino fundamental completo; 9% possuem superior incompleto; e 5%, superior completo.

Tabela 4 – Quais dos itens seguintes representam o que você entende por Defesa Sanitária Animal?

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
Controle de trânsito de animais através do GTA	9	11,25%
Eliminação de uma determinada doença que está ocorrendo numa região, município ou propriedade	18	22,5%
Impedimento para que determinada doença penetre em local onde ela não ocorre	18	22,5%
Identificação de doenças exóticas (que não comuns em nosso meio)	9	11,25%
Todas as alternativas	55	68,75%
Nenhuma das alternativas	0	0%
Total de consultados	80	136,25%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

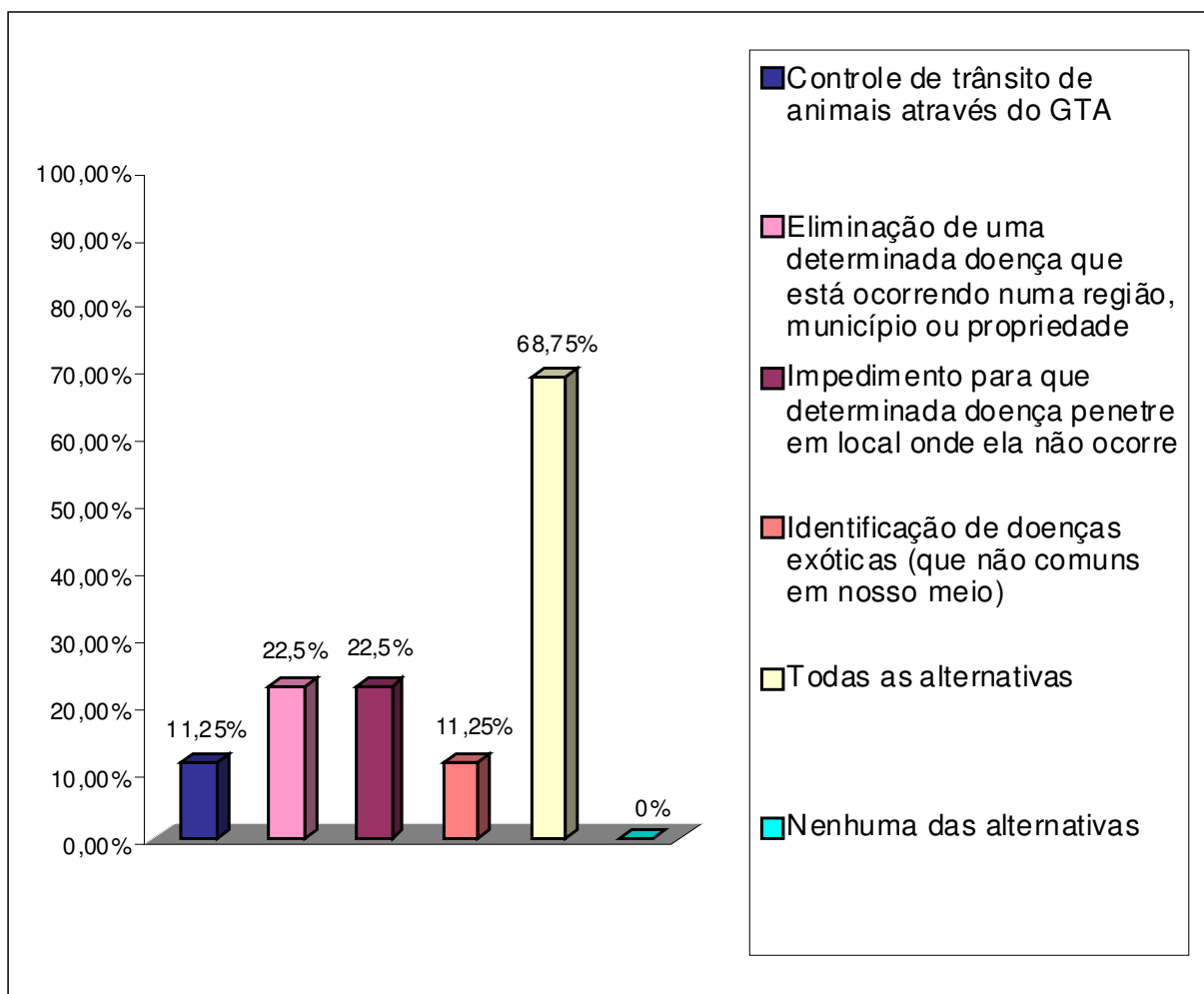


Figura 7 – Quais dos itens seguintes representam o que você entende por Defesa Sanitária Animal?

Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

De acordo com a tabela acima, referente ao que cada produtor considera como Defesa Sanitária Animal, observa-se que, dos 80 produtores consultados, 68,75% optaram por todas as alternativas; 22,5% “eliminação de uma determinada doença que está ocorrendo em uma região, município ou propriedade”; outros 22,5%, “impedimento para que determinada doença penetre em local onde ela não ocorre”; 11,25% acreditam ser “controle de trânsito de animais através do GTA”; outros 11,25%, “identificação de doenças exóticas (que não são comuns em nosso meio)”.

Tabela 5 – Como você avalia a importância da Defesa Sanitária Animal no estado de Santa Catarina?

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
Desnecessária	1	1%
Pouco importante	4	5%
Razoavelmente importante	16	20%
Importantíssima	59	74%
Total de consultados	80	100%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

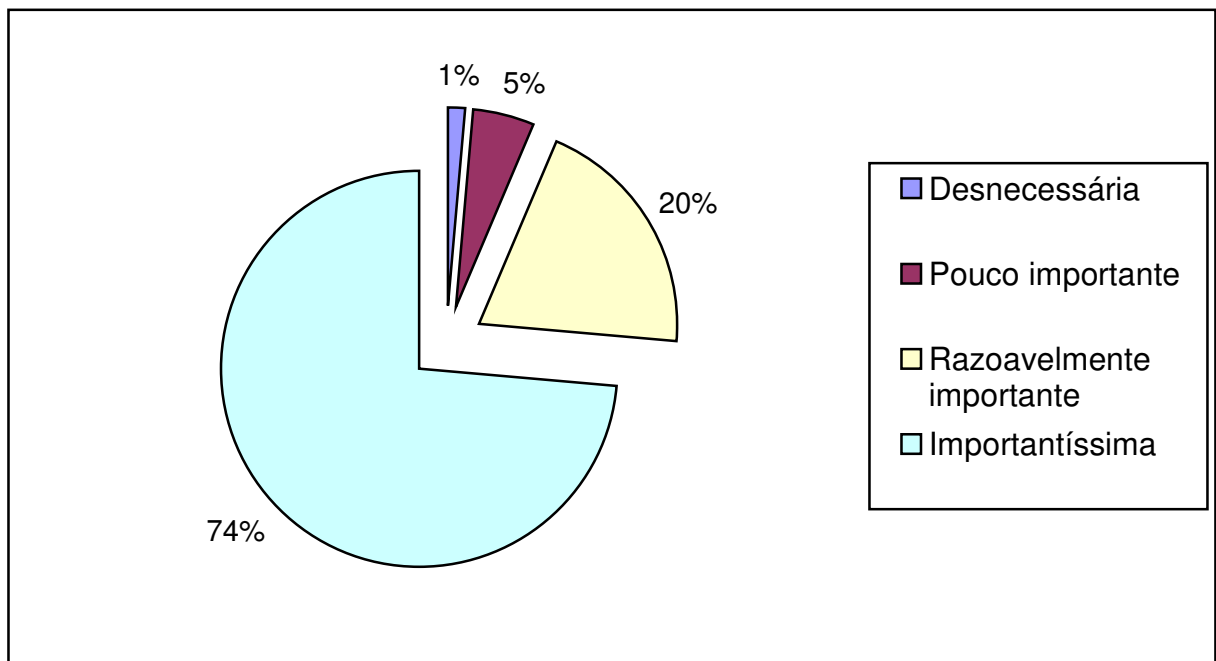


Figura 8 – Como você avalia a importância da Defesa Sanitária Animal no estado de Santa Catarina?

Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

Pode-se constatar, de acordo com a tabela, que 74% dos consultados consideram a Defesa Sanitária Animal importantíssima; 20%, razoavelmente importante; 5%, pouco importante; 1% considera desnecessária.

Tabela 6 – Através de qual método você acha mais fácil entender as orientações repassadas pelos funcionários da CIDASC de Jaguaruna?

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
Indo ao escritório e tirando as dúvidas pessoalmente	68	85%
Assistindo a palestras e reuniões	16	20%
Lendo as cartilhas informativas distribuídas pela CIDASC	8	10%
Pedindo informações ao seu vizinho ou a pessoas da comunidade	1	1,25%
Outro (s) método (s). Qual (is)?	0	0%
Total de consultados	80	116,25%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

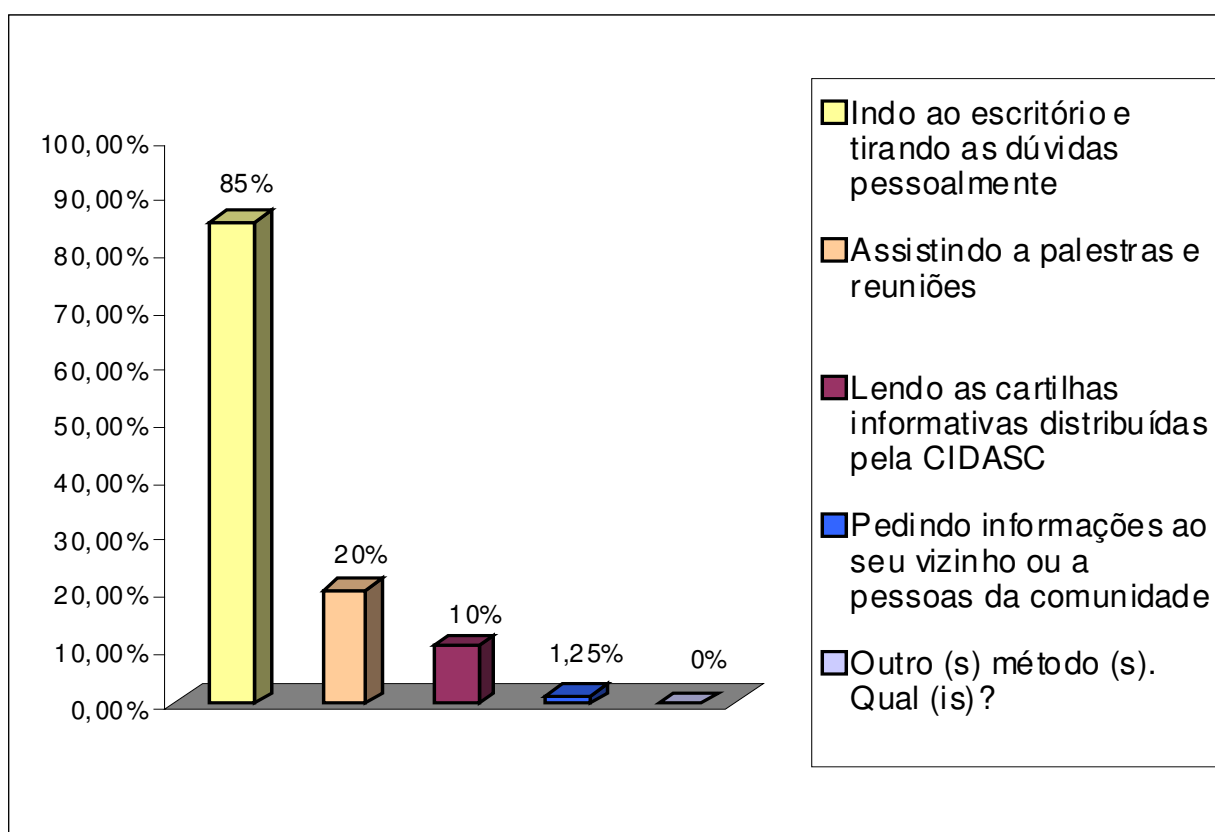


Figura 9 – Através de qual método você acha mais fácil entender as orientações repassadas pelos funcionários da CIDASC de Jaguaruna?

Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

De acordo com os dados acima, 85% dos produtores consultados consideram que “indo ao escritório e tirando às dúvidas pessoalmente” seja a maneira mais fácil de entender as orientações repassadas; 20% acredita ser “assistindo a palestras e a reuniões; 10%, “lendo as cartilhas informativas

distribuídas pela CIDASC”; 1,25%, “pedindo informações ao seu vizinho ou a pessoas da comunidade; e nenhum produtor optou por outro método.

Tabela 7 – Com que frequencia você recorre à CIDASC para buscar informações e orientações?

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
Nunca	0	0%
Às vezes	43	54%
Frequentemente	24	30%
Sempre	13	16%
Total de consultados	80	100%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

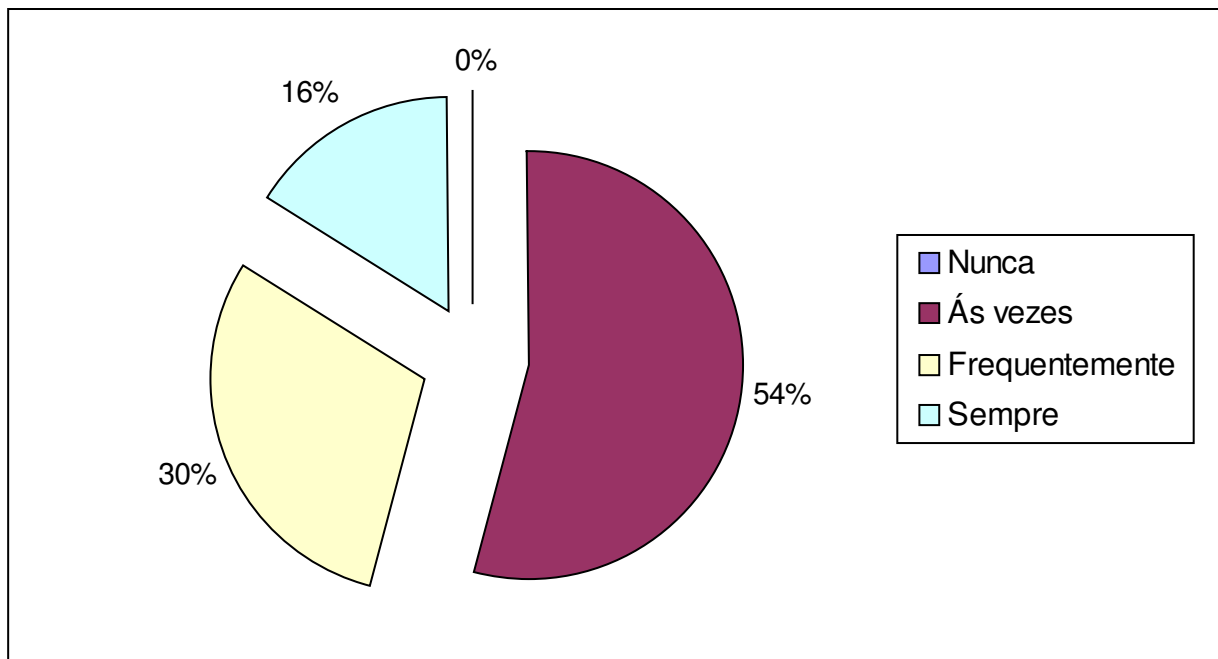


Figura 10 – Com que frequencia você recorre à CIDASC para buscar informações e orientações?

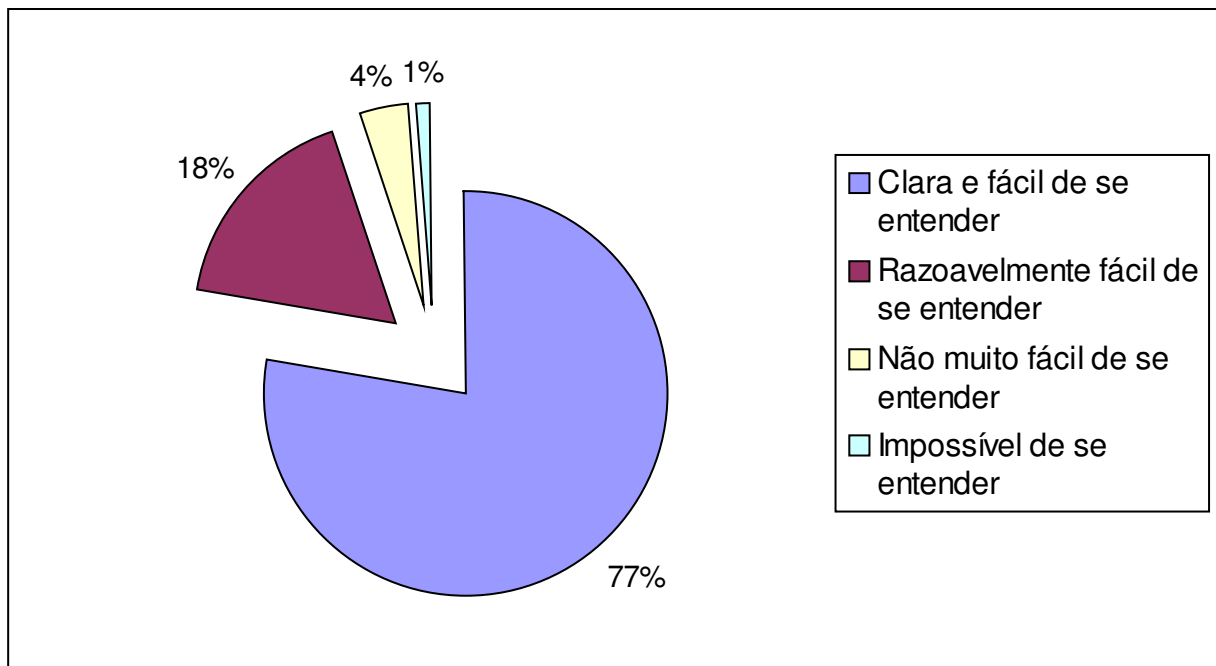
Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

De acordo com a tabela acima, verifica-se que 54% dos consultados recorrem à CIDASC, às vezes; 30%, frequentemente e 16%, sempre.

Tabela 8 – Você classifica a forma de os funcionários passarem orientações como:

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
Clara e fácil de se entender	62	77%
Razoavelmente fácil de se entender	14	18%
Não muito fácil de se entender	3	4%
Impossível de se entender	1	1%
Total de consultados	80	100%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

**Figura 11** – Você classifica a forma de os funcionários passarem orientações como:

Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

De acordo com os dados obtidos, 77% dos consultados acham a forma como os funcionários da CIDASC repassam as orientações, “clara e fácil de se entender”; 18%, “razoavelmente fácil de se entender”; 4%, “não muito fácil de se entender”; 1%, “impossível de se entender”.

Tabela 9 – Na sua opinião, qual é o nível de preparação do (s) funcionário (s) da CIDASC para o repasse de informações?

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
Péssimo	1	1%
Ruim	0	0%
Razoável	6	8%
Bom	55	68%
Excelente	18	23%
Total de consultados	80	100%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

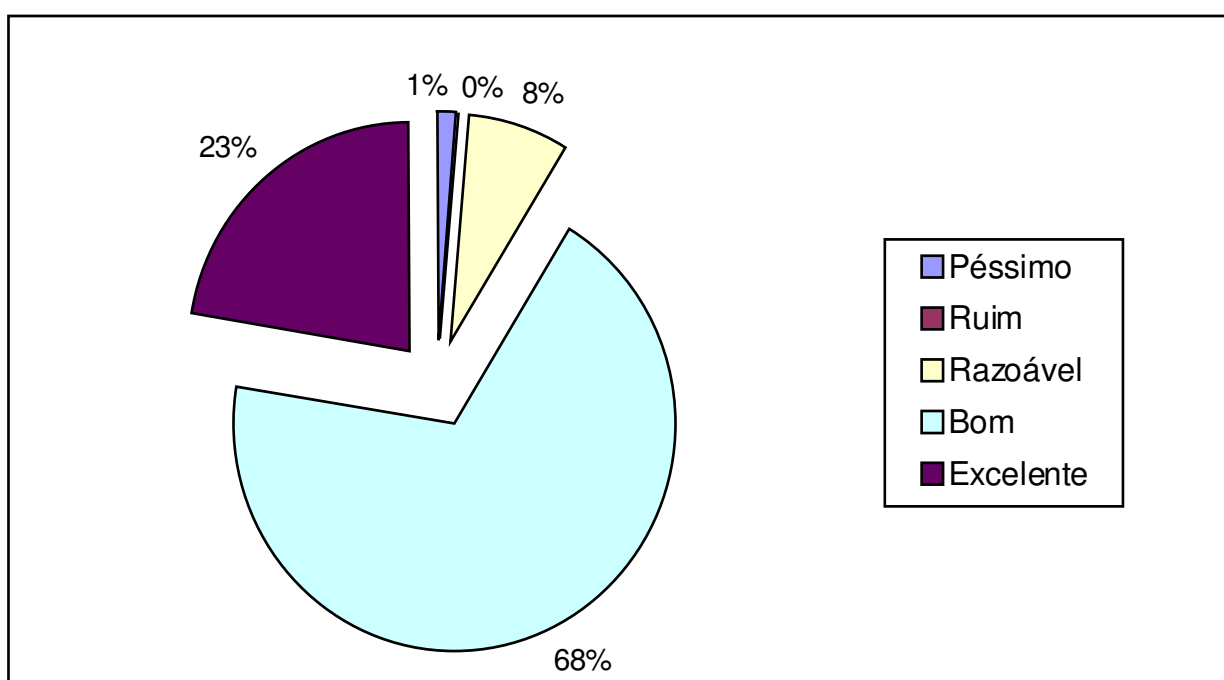


Figura 12 – Na sua opinião, qual é o nível de preparação do(s) funcionário(s) da CIDASC para o repasse de informações?

Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

Pode-se verificar, de acordo com tabela, que 68% dos consultados acham bom o repasse de informações por parte dos funcionários da CIDASC; 23% acham excelente; 8% acha razoável; 1% acha péssimo.

Tabela 10 – Na sua opinião, por qual (is) motivo (s), alguns produtores ainda deixam de cumprir e aceitar orientações da CIDASC?

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
Por desleixo	23	28,75%
Porque não entendem o que é explicado	6	7,5%
Porque se recusam a aceitar mudanças que o mercado exige	31	38,75%
Porque aprenderam o que sabem com seus pais e avôs e se recusam a fazer diferente	16	20%
Devido à distância do escritório onde se emitem os documentos e se esclarecem dúvidas	16	20%
Todas as alternativas	5	6,25%
Total de consultados	80	121,25%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

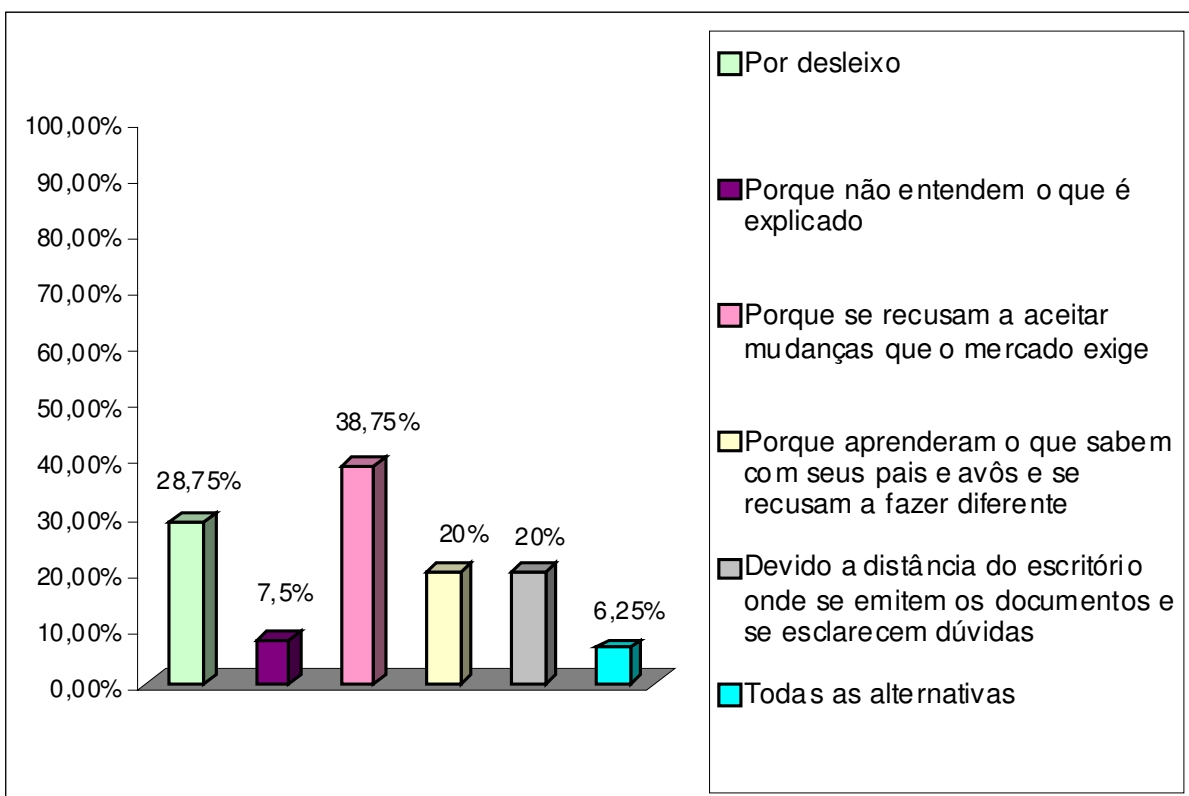


Figura 13 – Na sua opinião, por qual (is) motivo (s), alguns produtores ainda deixam de cumprir e aceitar as orientações da CIDASC?

Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

Constata-se, de acordo com os dados obtidos, que 38,75% dos consultados acreditam que alguns produtores ainda deixam de cumprir e aceitar as orientações da CIDASC “porque se recusam a aceitar mudanças que o mercado exige”; 28,75%, por desleixo; 20%, porque aprenderam o que sabem com seus pais

e avôs e se recusam a fazer diferente; outros 20%, devido à distância do escritório onde se emitem os documentos e se esclarecem dúvidas; 7,5%, porque não entendem o que é explicado; e 6,25% optaram por todas as alternativas.

Tabela 11 – Para que a relação da CIDASC com o produtor seja cada vez melhor, é preciso que haja:

Alternativas	Quantidade	Percentual (%)
Mais meios de comunicação (rádio, televisão, jornal)	17	21,25%
Mais visitas da CIDASC aos produtores nas propriedades rurais	36	45%
Mais informativos periódicos da CIDASC	7	8,75%
Mais palestras e reuniões	26	32,5%
Maior aproximação da CIDASC com os conselhos comunitários	13	16,25%
Outro (s). Qual (is)?	2	2,5%
Total de consultados	80	126,25%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

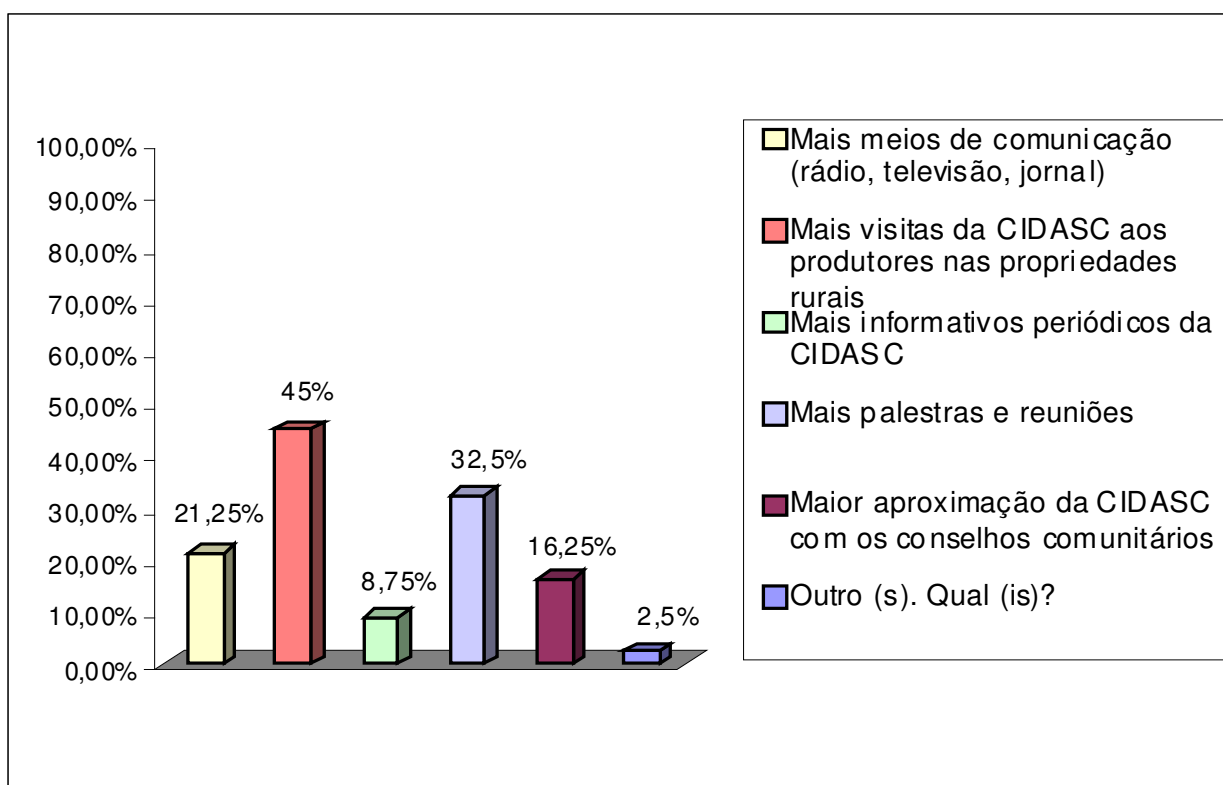


Figura 14 – Para que a relação da CIDASC com o produtor seja cada vez melhor, é preciso que haja:

Fonte: Dados obtidos pela pesquisadora

De acordo com os dados obtidos, 45% dos produtores consultados acreditam que, para que a relação entre a CIDASC e o produtor seja cada vez melhor, é preciso que haja mais visitas da CIDASC aos produtores nas propriedades rurais; 32,5%, mais palestras e reuniões; 21,25%, mais meios de comunicação; 16,25% acredita que deve haver maior aproximação da CIDASC com os conselhos

comunitários; 8,75%, mais informativos periódicos da CIDASC; e 2,5%, optaram por outros métodos, que são eles: mais comprometimento do produtor rural com a instituição e mais paciência por parte de alguns funcionários para explicar a pessoas com nível de instrução menor.

4.1 Análise geral da pesquisa

Esta pesquisa foi realizada na CIDASC e orienta-se por um questionário aplicado com 80 produtores rurais da região de Jaguaruna, contingente esse que correspondeu a 10% da população de produtores desse município. A pesquisa foi aplicada durante os meses de agosto e setembro de 2010. Os dados foram levantados no momento do atendimento ao produtor no escritório e também na residência de alguns produtores da região.

Pode-se observar, por meio da pesquisa, que 81% dos consultados são homens e 19%, mulheres. Embora se observe, no mercado de trabalho, um significativo incremento do número de mulheres nos mais variados setores – muitos deles ocupados quase que exclusivamente por homens -, isso não se observa no trabalho no meio rural.

Pode-se verificar que a faixa etária predominante entre os produtores consultados está acima de 51 anos, o que perfaz um total de 37%. A partir desse dado, observa-se que ocorre atualmente uma grande evasão de jovens do campo, o que aponta que não há uma renovação no quadro de produtores da região, implicando um obstáculo para que se lide com mudanças de técnicas e de procedimentos na profilaxia de doenças.

Robbins (2004), diz que os seres humanos são movidos por hábitos. O dia a dia é tão complicado que as pessoas tentam segui-los de maneira simplificada. Por isso, quando ocorre uma mudança, elas tendem a responder de acordo com seus hábitos e isso acaba por gerar certa resistência.

No que se refere ao grau de escolaridade, observa-se que 34% dos produtores consultados possuem ensino fundamental incompleto. Levando-se em conta a alta média de idade dos produtores rurais da região de Jaguaruna e a pouca exigência quanto à formação escolar, é compreensível a baixa escolaridade nesse setor.

Com relação ao que os produtores entendem por Defesa Sanitária Animal, observa-se que 68,75% dos consultados assinalaram todas as alternativas. De acordo com os dados obtidos, percebe-se que a comunicação dos funcionários com os produtores, está sendo feita de maneira eficaz, pois a maioria dos produtores sabe o verdadeiro conceito da Defesa Sanitária Animal, que é promover a prevenção, o controle e a erradicação das doenças que podem afetar

consideravelmente o desempenho sócio-econômico (ver itens da questão 4 do questionário de pesquisa).

Quando a comunicação é eficaz, ela tende a incentivar melhor desempenho e satisfação no trabalho. As pessoas compreendem melhor suas tarefas, sentindo-se mais envolvidas com elas. (DAVIS e NEWSTROM, 2004, p. 5)

Quanto à avaliação do produtor em relação à importância da Defesa Sanitária Animal para o Estado de Santa Catarina, pode-se chegar à conclusão de que a maioria, ou seja, 74% a consideram importantíssima. Assim sendo, verifica-se que, por mais que muitos produtores ainda resistam às novas determinações, muitos deles já sabem da importância da Defesa Sanitária Animal para o Estado.

Consultados a respeito de qual método os produtores consideram mais fácil para que se entendam as orientações repassadas pelos funcionários da CIDASC de Jaguaruna, 85% optaram pelo item “ir ao escritório e tirar as dúvidas pessoalmente”, esse percentual mostra que a maioria dos consultados prefere travar contato direto com os funcionários da CIDASC, pois os veem como as pessoas mais indicadas para tirar qualquer dúvida. Dantas (2004), enfatiza que o atendimento é considerado por muitas pessoas uma das atividades mais importantes desenvolvidas nas organizações públicas ou privadas.

Dos consultados, 54% dizem recorrer à CIDASC para buscar informações e orientações “eventualmente”. Em relação a esse item, conforme os dados obtidos, concluiu-se que a maioria dos produtores não recorre à CIDASC de forma frequente.

Quanto à forma de os funcionários repassarem orientações, os produtores analisaram da seguinte maneira: 77% deles consideram fácil o entendimento; 18%, razoavelmente fácil de se entender; 4% não têm facilidade para assimilar os repasses; e 1% julgam impossível entender. Percebe-se, através dos dados obtidos, que a maioria (ou seja, 77% dos consultados) considera as orientações repassadas de forma positiva. Porém somando-se as outras alternativas, observa-se que 23% dos produtores não consideram tão claras as orientações repassadas.

De acordo com Robbins (2004), os superiores têm que transmitir as informações de maneira clara e objetiva aos seus funcionários, para que então os funcionários possam desempenhar seu papel da melhor maneira possível. Por sua vez, Dantas (2004) diz que uma organização que tem um atendimento de qualidade, passa a seus clientes uma imagem positiva, porém mesmo o atendimento sendo um

diferencial nas organizações, ainda é muito fácil encontrar pessoas que não atendam bem.

Em relação ao nível de preparação dos funcionários da CIDASC para o repasse de informações, 68% dos produtores consultados consideram-no bom; 23%, excelente; 8%, razoável; 1%, péssimo; e nenhum dos consultados optou pela opção “ruim”. É interessante destacar que os dados desse item confirmam os do anterior, no qual a maioria avalia as orientações como claras, porém um pequeno percentual acha que há algum tipo de falha nas orientações. Neste caso, 91% consideram o nível de preparação dos funcionários de forma positiva e 9% de forma negativa. Mesmo o percentual de considerações negativas sendo pequeno, ele deve ser considerado, pois para que a organização chegue ao objetivo pretendido é preciso que se avaliem todos os dados. Conforme Gerson (2001), é de extrema importância contratar bons profissionais e, após isso, investir em treinamentos, pois um atendimento só é realizado de maneira eficaz, quando o atendente está preparado.

Observa-se então que o nível de conhecimento e preparo dos funcionários é fundamental para o sucesso da organização, pois são eles que estão diariamente em contato com o produtor, repassando informações e orientações.

Quanto à opinião dos consultados em relação aos motivos pelos quais alguns produtores ainda deixam de cumprir e aceitar orientações da CIDASC, pode-se observar que, a resposta predominante entre a maioria dos produtores foi a recusa em aceitar mudanças que o mercado exige, o qual atingiu o percentual de 38,75%.

As pessoas resistem às mudanças por terem que mudar aquilo que acreditam ser certo ou por medo do que pode vir. Mas essa resistência muitas vezes é recompensada através dos benefícios que a eventual modificação pode gerar ou até mesmo por oferecer novas experiências (DAVIS e NEWSTROM, 2004).

No item “Para que a relação da CIDASC com o produtor seja cada vez melhor”, dos consultados 45% optaram por mais visitas dos profissionais da CIDASC às propriedades rurais; 32,5% gostariam que houvesse mais palestras e reuniões. Percebeu-se, através dos dados obtidos, que a maioria optou por mais visitas às propriedades rurais, pois, dessa forma, os profissionais da CIDASC poderiam ver de perto as dificuldades que alguns produtores têm para colocar em prática as recomendações que a eles são repassadas. Como o segundo maior percentual, os consultados optaram por “mais palestras e reuniões”, pois julgam que dessa forma

há uma maior integração entre os produtores e os funcionários da empresa, e também porque assim podem expor suas opiniões aos técnicos da CIDASC e trocar experiências com outros produtores presentes.

Quando se lidera de maneira correta uma reunião, os participantes expõem suas opiniões sem dominar a discussão, e geralmente sentem que conseguiram contribuir de alguma forma para as resoluções (AMOS, 2001).

Este estudo pode ser de grande importância para a instituição, pois apresenta indicadores confiáveis e legítimos. Com base nas informações desta pesquisa é possível consolidar ainda mais os objetivos da CIDASC na promoção da saúde familiar e pública e no impedimento da disseminação de enfermidades.

Conclui-se, de acordo com os dados obtidos, que o processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna possui mais aspectos positivos que negativos. Porém é preciso que se identifique onde há falhas, para que os indicadores negativos, por menores que sejam, possam ser cada vez mais reduzidos.

Outros estudos podem ser orientados a partir dos dados e das análises desta pesquisa; como foram consultadas pessoas que estão envolvidas nos processos e tramitações das informações (funcionários da CIDASC e produtores), tem-se uma amostra significativa da forma como os trabalhos são desenvolvidos atualmente na região de Jaguaruna.

5 CONCLUSÃO

Este relatório de estágio apresenta os resultados do estudo do processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna.

O presente trabalho traz abordagens teóricas referentes ao processo de comunicação nas empresas e nas instituições. Além de autores que tratam desse tema, foram pesquisadas e analisadas as relações de comunicação (barreiras, tramitações, processos, etc) entre funcionários da CIDASC e os produtores rurais sob a jurisdição desse órgão na região de Jaguaruna.

O mercado consumidor de carnes - tanto o nacional quanto o internacional - está cada vez mais exigente; diante disso, a Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina (CIDASC) busca constantemente, através de suas ações, valorizar e garantir a qualidade do rebanho catarinense. Para que isso aconteça, um dos itens que merecem atenção especial é a comunicação efetiva entre funcionários da instituição e os produtores rurais.

Esse estudo teve objetivos que foram alcançados através da pesquisa aplicada. A seguir, eles serão expostos:

Quanto ao objetivo de conhecer os problemas enfrentados no processo de comunicação, destacam-se o envelhecimento da população rural (em consequência da evasão dos jovens); a dificuldade de compreensão de leis, de normas e de termos técnicos; pouca procura por informações e orientações na CIDASC, da parte dos produtores; e recusa em aceitar as mudanças que o mercado exige.

Em relação à identificação do(s) processo(s) de comunicação mais adequado(s), houve preferência pelo contato direto do funcionário com o produtor, no momento do atendimento no escritório; pela visita dos técnicos da CIDASC às propriedades rurais; e também pela realização de palestras e de reuniões.

Quanto à análise das concepções do produtor rural referente às medidas que são tomadas, é possível verificar que a maioria dos produtores considera a CIDASC e os trabalhos de controle e fiscalização importantes para a preservação e a expansão dos negócios na região. Os próprios produtores rurais reconhecem que os trabalhos do órgão fiscalizador são realizados por funcionários, na sua maioria,

preparados e apontam até motivos pelos quais não há cumprimento das orientações da instituição.

Visto que a pesquisa identificou problemas no processo de comunicação entre os funcionários e produtores, propõem-se as seguintes sugestões, com o intuito de melhorar o relacionamento entre os funcionários e os produtores:

- ✓ Divulgação dos trabalhos e dos programas da empresa e, conseqüentemente, dos seus resultados, em meios de comunicação de massa;
- ✓ Reuniões para atualizações e treinamentos dos agentes de saúde animal das comunidades, pois eles são as pessoas que se encontram mais em contato com os produtores/vizinhos e, por isso, “falam a mesma língua”;
- ✓ Produção maior de material impresso (cartilhas educativas, panfletos);
- ✓ Padronização dos serviços, das orientações e dos treinamentos de funcionários da empresa;
- ✓ Elaboração de um calendário de reuniões com temas variados, que interessem a ambas as partes, para que o produtor esteja em maior contato com os funcionários da CIDASC e fique por dentro das novas solicitações do mercado;

Esse estudo objetiva melhorar o processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna, identificando as falhas existentes nesse processo, para que elas sejam sanadas. Através da pesquisa aplicada, pode-se observar que esse objetivo foi alcançado, pois se constatou que, embora o órgão fiscalizador tenha um bom conceito junto aos produtores, há demanda por mudanças em alguns aspectos da transmissão de orientações.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Sérgio. **Ah!Eu não acredito:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112. ed. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

AMOS, Julie-ann. **Tornando reuniões produtivas.** São Paulo: Market Books, 2001.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Como administrar reuniões:** Dirigir, organizar, planejar, coordenar, controlar. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos:** Capital Humano das Organizações. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

_____. **Comportamento Organizacional:** A dinâmica do sucesso nas organizações. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Atendimento ao Público nas Organizações:** Quando o marketing de serviço mostra a cara. Brasília: Senac, 2004.

DAVIS, Keith; NEWSTROM, John W. **Comportamento Humano no Trabalho:** Uma Abordagem Organizacional. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

DRUCKER, Peter F. **Introdução à Administração.** São Paulo: Thomson, 2002.

FARIA, A. Nogueira; SUASSUNA, Ney. **A comunicação na Administração.** Rio de Janeiro: Livros técnicos e científicos, 1982.

FERNANDES, Almesinda Martins de Oliveira. **Psicologia e Relações Humanas no trabalho.** Goiânia: Ab Editora, 2006.

GERSON, Richard F.. **A excelência no atendimento a clientes:** Mantendo seus clientes por toda a vida. 5. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

_____. **Gestão de Pessoas: Enfoque nos Papéis Profissionais.** São Paulo: Atlas, 2001.

GOMES, Paulo Roberto. **O Profissional do Atendimento do Século XXI.** 2. ed. Curitiba: Juruá, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

_____. **Técnicas de Pesquisa.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINELLI, Dante P.; ALMEIDA, Ana Paula de. **Negociação e solução de conflitos:** do impasse ao ganha-ganha através do melhor estilo. São Paulo: Atlas, 2006.

MONTANA, Patrick J. CHARNOV, Bruce H.. **Administração.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica:** Projetos de pesquisa, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1999.

PIZZINATTO, Nadia Kassouf. **Marketing focado na cadeia de clientes.** São Paulo: Atlas, 2005.

RAMOS, Paulo; RAMOS, Magda Maria; BUSNELLO, Saul José. **Manual prático de metodologia da pesquisa:** Artigo, Resenha, Projeto, TCC, Monografia, Dissertação e Tese. Blumenau: Acadêmica, 2003.

RIBEIRO, Antonio de Lima. **Teorias da Administração.** São Paulo: Saraiva, 2003.

ROBBINS, Stephen Paul. **Comportamento Organizacional.** 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

_____. **Fundamentos do comportamento organizacional.** 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

SHIOZAWA, Ruy Sérgio Cacesse. **Qualidade no atendimento e tecnologia da**

informação. São Paulo: Atlas, 1993.

VIANNA, Ilca Oliveira de A. **Metodologia do Trabalho Científico:** Um enfoque didático da produção científica. São Paulo: Pedagógica e Universitária, 2001.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

Este questionário é parte do Relatório Final de Estágio da Acadêmica Silvana Ferreira Costa (aluna regularmente matriculada no curso de Secretariado Executivo da UNESC), que tem por objetivo realizar um estudo do processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna.

Por se tratar de uma pesquisa científica, conta-se com sua colaboração e sinceridade nas respostas.

1- Sexo

() Masculino.

() Feminino.

2- Faixa etária

() 18 a 30 anos.

() 31 a 40 anos.

() 41 a 50 anos.

() acima de 51 anos.

3- Grau de escolaridade

() Analfabeto.

() Ensino Fundamental Completo.

() Ensino Fundamental Incompleto.

() Ensino Médio Completo.

() Ensino Médio Incompleto.

() Superior Completo.

() Superior Incompleto.

4- Quais dos itens seguintes representam o que você entende por Defesa Sanitária Animal?

- () Controle de trânsito de animais através do GTA.
- () Eliminação de uma determinada doença que está ocorrendo numa região, município ou propriedade.
- () Impedimento para que determinada doença penetre em local onde ela não ocorre.
- () Identificação de doenças exóticas (que não são comuns no nosso meio).
- () Todas as alternativas.
- () Nenhuma das alternativas.

5- Como você avalia a importância da Defesa Sanitária Animal no Estado de Santa Catarina?

- () Desnecessária.
- () Pouco importante.
- () Razoavelmente importante.
- () Importantíssima.

6- Através de qual método você acha mais fácil entender as orientações repassadas pelos funcionários da CIDASC de Jaguaruna?

- () Indo ao escritório e tirando as dúvidas pessoalmente.
- () Assistindo a palestras e a reuniões.
- () Lendo as cartilhas informativas distribuídas pela CIDASC.
- () Pedindo informações ao seu vizinho ou a pessoas da comunidade.
- () Outro(s) método(s). Qual(is)? _____.

7- Com que frequência você recorre à CIDASC para buscar informações e orientações?

- () Nunca.
- () Às vezes.
- () Frequentemente.
- () Sempre.

8- Você classifica a forma de os funcionários passarem orientações como:

- () Clara e fácil de se entender .
- () Razoavelmente fácil de se entender.
- () Não muito fácil de se entender.
- () Impossível de se entender.

9- Na sua opinião, qual é o nível de preparação do(s) funcionário(s) da CIDASC para o repasse de informações?

- () Péssimo.
- () Ruim.
- () Razoável.
- () Bom.
- () Excelente.

10- Na sua opinião, por qual(is) motivo(s), alguns produtores ainda deixam de cumprir e aceitar as orientações da CIDASC?

- () Por desleixo.
- () Porque não entendem o que é explicado.
- () Porque se recusam a aceitar mudanças que o mercado exige.
- () Porque aprenderam o que sabem com seus pais e avôs e se recusam a fazer diferente.
- () Devido à distância do escritório onde se emitem os documentos e se esclarecem dúvidas.
- () Todas as alternativas.

11- Para que a relação da CIDASC com o produtor seja cada vez melhor, é preciso que haja:

- () Mais meios de comunicação (rádio, televisão, jornal).
- () Mais visitas da CIDASC aos produtores às propriedades rurais.
- () Mais informativos periódicos da CIDASC.
- () Mais palestras e reuniões.
- () Maior aproximação da CIDASC com os conselhos comunitários.

() Outros. Quais? _____.

ANEXO

TERMO DE CONSENTIMENTO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO DO PARTICIPANTE

Estamos realizando um projeto para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “**Estudo do processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna**”. O (a) sr(a). foi plenamente esclarecido de que participando deste projeto, estará participando de um estudo de cunho acadêmico, que tem como um dos objetivos **realizar um estudo do processo de comunicação dos funcionários da CIDASC com os produtores rurais da região de Jaguaruna**. Embora o (a) sr(a) venha a aceitar a participar neste projeto, estará garantido que o (a) sr (a) poderá desistir a qualquer momento bastando para isso informar sua decisão. Foi esclarecido ainda que, por ser uma participação voluntária e sem interesse financeiro o (a) sr (a) não terá direito a nenhuma remuneração. Desconhecemos qualquer risco ou prejuízos por participar dela. Os dados referentes ao sr (a) serão sigilosos e privados, preceitos estes assegurados pela Resolução nº 196/96 do Conselho Nacional de Saúde, sendo que o (a) sr (a) poderá solicitar informações durante todas as fases do projeto, inclusive após a publicação dos dados obtidos a partir desta. Autoriza ainda a gravação da voz na oportunidade da entrevista.

A coleta de dados será realizada pela autora Silvana Ferreira Costa - fone: (48) 9606-7551 da 7ª fase da Graduação de Secretariado Executivo da UNESC e orientado pelo professor João Francisco Marques Monteiro – (48) 9161-9374. O telefone do Comitê de Ética é 3431-2723.

Criciúma (SC)14 de junho de 2010.

Assinatura do Participante